

Université de Montréal

**« ÉCONOMIES IMAGINAIRES », OU LES RELATIONS ENTRE PRATIQUE ARTISTIQUE ET  
ÉCONOMIE**

par Alexandrine Théorêt

Département d'histoire de l'art et d'études cinématographiques  
Faculté des arts et sciences

Mémoire présenté  
en vue de l'obtention du grade de Maître ès arts (M.A.)  
en histoire de l'art

Août 2016

© Alexandrine Théorêt, 2016

Université de Montréal  
Faculté des études supérieures

Ce mémoire intitulé :  
**« ÉCONOMIES IMAGINAIRES », OU LES RELATIONS ENTRE PRATIQUE ARTISTIQUE ET  
ÉCONOMIE**

Présenté par :  
Alexandrine Théorêt

a été évalué par un jury composé des personnes suivantes :

Suzanne Paquet, présidente-rapporteure  
Christine Bernier, directrice de recherche  
François LeTourneux, membre du jury

## RÉSUMÉ

L'économie a toujours fait partie des productions artistiques. En effet, que ce soit par les commandes des mécènes, par les coûts des matériaux utilisés ou encore par la mise en vente des œuvres, l'art et l'argent sont deux entités inséparables. Toutefois, les artistes qui représentent et qui s'entretiennent de l'argent et de l'économie dans leurs œuvres se font plus rares. Des représentations du commerce adviennent avant le modernisme. Toutefois, ce n'est que récemment que les artistes se sont mis à s'intéresser aux manifestations de l'économie en les intégrant dans leur pratique.

Existe-t-il actuellement une place dans le monde de l'art pour ce type particulier de production conceptuelle qui réfléchit à des questions économiques ? Notre recherche tourne autour de cette réflexion et explore la vente des productions artistiques à caractère économique sur le marché. C'est sous les termes d'économies imaginaires que nous retrouverons ces productions tout au long de ce mémoire. Nous nous pencherons plus spécifiquement sur la définition de cette pratique particulière, ainsi que sur sa vente dans les galeries et maisons de vente aux enchères.

**Mots clés :** Marché de l'art, économies imaginaires, ventes aux enchères, art conceptuel, valeur, Amie Siegel, David Tomas

## **ABSTRACT**

Economy has always been a part of artistic productions. Indeed, whether it be through patronage or by the cost and worth of the materials employed, or even by the selling of the artworks, art and money have always been two inseparable entities. However, artists who represent and deal with money and economy in their work are still quite scarce. We are able to find some representations of trading in ancient artworks, but it is only recently that the artists began to address the various expressions of economy by integrating them into their practice.

Is there currently a place in the art world for this particular type of conceptual production that reflects on economic issues? Our research is guided by this topic and explores the sales of this type of artistic productions on the markets. This type of production will be referred to as “imaginary economics” throughout this master’s thesis. We will explore its definition as well as its sales in galleries and auction houses.

**Keywords:** Art market, Imaginary Economics, auctions, value, Amie Siegel, David Tomas

## TABLE DES MATIÈRES

Résumé.....	i
Abstract.....	ii
Table des matières.....	iii
Liste des figures .....	v
Remerciements.....	xiii
<b>Introduction</b> .....	1
À propos des « économies imaginaires ».....	1
Fonctionnement du marché de l'art .....	3
Formation de la valeur pécuniaire des œuvres d'art .....	4
Visées de la recherche.....	5
Approches théoriques.....	6
Fondements sociologiques .....	7
Fondements économiques.....	8
Organisation de la recherche.....	10
<b>Chapitre premier : Les économies imaginaires</b> .....	12
1.1 Brève définition .....	13
1.2 Variations sur un même thème - L'économie .....	14
1.2.1 Première catégorie : <i>L'innovation</i> .....	16
1.2.2 Deuxième catégorie : <i>Le regard critique</i> .....	20
1.2.3 Troisième catégorie : <i>La copie de l'iconographie monétaire</i> .....	22
1.2.4 Quatrième catégorie : <i>La transposition</i> .....	25
1.3 Corpus : Proposé aux enchères et Provenance.....	27
1.3.1 David Tomas, <i>Proposé aux enchères</i> , Arttexte.....	27
1.3.2 Amie Siegel, <i>Provenance</i> , Metropolitan Museum.....	32
<b>Chapitre deux : Le marché de l'art</b> .....	34
2.1 Les marchés de l'art.....	35
2.1.1 Le marché primaire .....	35
2.1.2 Le marché secondaire .....	39
2.2 La valeur de l'art.....	42

2.2.1 Légitimation de la valeur : l'art classé et le problème de l'incertitude en art contemporain.....	44
2.2.1.1 Le rôle de l'institution.....	46
2.2.1.2 Le rôle des collectionneurs .....	52
2.2.2 La formation de la valeur .....	53
2.2.2.1 L'attribution des valeurs sur le marché primaire .....	53
2.2.2.2 L'attribution des valeurs sur le marché secondaire.....	55
<b>Chapitre trois : Les économies imaginaires sur le marché de l'art.....</b>	<b>58</b>
3.1 Le marché primaire .....	59
3.2 Le marché secondaire .....	59
3.2.1 Les statistiques générales du marché secondaire .....	60
3.2.2 Les ventes sur le marché secondaire .....	62
3.3 La place de l'art conceptuel sur le marché.....	65
3.3.1 L'art en réaction contre le marché .....	66
3.3.2 La vente de l'art conceptuel .....	68
3.4 Le collectionnement motivé par la sphère sociale .....	72
3.4.1 Le « comportement moutonnier » ou le goût pour les valeurs sûres .....	76
3.4.2 La réticence des artistes à intégrer le marché .....	77
3.4.3 Les acheteurs de l'art conceptuel et des économies imaginaires .....	78
<b>Conclusion .....</b>	<b>81</b>
Bibliographie.....	84
Figures.....	93
Annexe I.....	141
David Tomas, <i>Proposé aux enchères</i> : Guide d'utilisateur .....	141

## LISTE DES FIGURES

**Figure 1** | Charles Wip, *Yves Klein dans La Salle du Vide*, 1961, Gélatine argentique, n.d., © 2009 VG Bild-Kunst, Bonn

Source : Kunstmuseen Krefeld. « Intervention : Yves Klein – Le Vide », [En ligne]. <http://www.kunstmuseenkrefeld.de/d/ausstellungen/ausstellung/hl20090920.html>. Consulté le 15 avril 2015.

**Figure 2** | Yves Klein, *Cession d'une Zone de sensibilité picturale immatérielle à Dino Buzzati*, 1962, Gélatine argentique, n.d., crédits photographiques : Harry Shunk, archives Klein © Adagp, Paris 2012

Source : Monnaie de Paris. « Art et Argent, liaisons dangereuses », [En ligne]. <http://monnaie-de-paris.jamespot.net/content/cession-d%E2%80%99une-zone-de-sensibilit%C3%A9-picturale-immat%C3%A9rielle-%C3%A0-dino-buzzati-paris-26-janvier-196>. Consulté le 15 avril 2015.

**Figure 3** | Marcel Broodthaers. *Musée d'Art Moderne, Département des Aigles, Section Financière*, 1970-1971, Lingot d'or estampé, n.d., © Succession Marcel Broodthaers

Source : Monnaie de Paris. « Musée d'art Moderne- Département des aigles, Marcel Broodthaers », [En ligne], communiqué de presse, [https://www.monnaiede-paris.fr/system/files\\_force/dp\\_marcel\\_broodthaers\\_-\\_monnaie\\_de\\_paris\\_2015.pdf?download=1](https://www.monnaiede-paris.fr/system/files_force/dp_marcel_broodthaers_-_monnaie_de_paris_2015.pdf?download=1). Consulté le 16 juin 2016.

**Figure 4** | Piero Manzoni, *Artist's Shit*, 1961, Boîte de conserve, impression sur papier, excrément, 48 x 65 x 65 mm, 0.1 kg, Tate Museum, © DACS, 2016

Source : Tate. « Piero Manzoni Artist's Shit ». [En ligne], <http://www.tate.org.uk/art/artworks/manzoni-artists-shit-t07667>. Consulté le 16 juin 2016.

**Figure 5** | John Taylor, *Telephone bidders at Sothebys sale of Damien Hirst work 'Beautiful inside my head forever'* Photographie numérique. 15 septembre 2008

Source : The Telegraph. « Damien Hirst sale breaks art auction record, raking in £70.5 million in its first day », [En ligne], <http://www.telegraph.co.uk/news/2966049/Damien-Hirst-sale-breaks-art-auction-record-raking-in-70.5-million-in-its-first-day.html>. Consulté le 5 août 2016.

**Figure 6** | Nicolas Grenier, *Sighting 17- Le temps de l'œuvre*, 2016, Installation. n.d. Galerie Leonard & Bina Ellen.

Source : Galerie Leonard & Bina Ellen. « *Sightings* », [En ligne] [http://ellengallery.concordia.ca/?page\\_id=77](http://ellengallery.concordia.ca/?page_id=77). Consulté le 13 juin 2016.

**Figure 7** | Nicolas Grenier, *Sighting 17- Le temps de l'œuvre*, 2016, Installation. n.d. Galerie Leonard & Bina Ellen.

Source : Galerie Leonard & Bina Ellen. « *Sightings* », [En ligne] [http://ellengallery.concordia.ca/?page\\_id=77](http://ellengallery.concordia.ca/?page_id=77). Consulté le 13 juin 2016.

**Figure 8** | Nicolas Grenier, *Sighting 17- Le temps de l'œuvre*, 2016, Installation. n.d. Galerie Leonard & Bina Ellen.

Source : Galerie Leonard & Bina Ellen. « *Sightings* », [En ligne] [http://ellengallery.concordia.ca/?page\\_id=77](http://ellengallery.concordia.ca/?page_id=77). Consulté le 13 juin 2016.

**Figure 9** | Hans Haacke, *Shapolsky et al. Manhattan Real Estate Holdings - a Real Time Social System, as of May 1, 1971*, 1971, Epreuve gélatino-argentique, texte dactylographié, 56 x 106,2 cm, Centre Pompidou, MNAM-CCI, © Adagp, Paris

Source: Centre Pompidou. « *Shapolsky et al. Manhattan Real Estate Holdings - a Real Time Social System, as of May 1, 1971* », [En ligne], <https://www.centrepompidou.fr/cpv/resource/cpbzezkr/gK7Ln>. Consulté le 16 juin 2016.

**Figure 10** | Hans Haacke, *Gift Horse*, 2015, Bronze, n.d., Fourth Plinth, Londres.

Source : Mayor of London. « *Gift Horse on the Fourth Plinth* », [En ligne], <https://www.london.gov.uk/what-we-do/arts-and-culture/art-and-design/gift-horse-fourth-plinth>. Consulté le 7 août 2016.

**Figure 11** | David Tomas, *Vue de l'exposition Proposé aux enchères*, 2013, Artexte, crédits photographiques : David Tomas. © David Tomas.

Source : David Tomas. « *Consigned for Auction – Part 1* », [En ligne] <http://davidtomas.org/index.php?/section-3/consigned-for-auction-2013-2014-/>. Consulté le 13 juin 2016.

**Figure 12** | David Tomas, *Vue de l'exposition Proposé aux enchères*, 2013, Artexte, crédits photographiques : David Tomas. © David Tomas.



Source : David Tomas. « *Consigned for Auction – Part 2* », [En ligne] <http://davidtomas.org/index.php?/section-3/consigned-for-auction-2013-2014-/>. Consulté le 13 juin 2016.

**Figure 13** | David Tomas, *Vue de l'exposition Proposé aux enchères*, 2013, Artexte, crédits photographiques : David Tomas. © David Tomas.

Source : David Tomas. « *Consigned for Auction – Part 1* », [En ligne] <http://davidtomas.org/index.php?/section-3/consigned-for-auction-2013-2014-/>. Consulté le 13 juin 2016.

**Figure 14** | David Tomas, *Vue de l'exposition Proposé aux enchères*, 2013, Artexte, crédits photographiques : David Tomas. © David Tomas.

Source : David Tomas. « *Consigned for Auction – Part 2* », [En ligne] <http://davidtomas.org/index.php?/section-3/consigned-for-auction-2013-2014-/>. Consulté le 13 juin 2016.

**Figure 15** | David Tomas, *Vue de l'exposition Proposé aux enchères*, 2013, Artexte, crédits photographiques : David Tomas. © David Tomas.

Source : David Tomas. « *Consigned for Auction – Part 2* », [En ligne] <http://davidtomas.org/index.php?/section-3/consigned-for-auction-2013-2014-/>. Consulté le 13 juin 2016.

**Figure 16** | David Tomas, *Vue de l'exposition Proposé aux enchères*, 2013, Artexte, crédits photographiques : Paul Litherland. © David Tomas.

Source : David Tomas. « *Consigned for Auction – Part 1* », [En ligne] <http://davidtomas.org/index.php?/section-3/consigned-for-auction-2013-2014-/>. Consulté le 13 juin 2016.

**Figure 17** | Amie Siegel, *Lot 248* (capture d'écran), 2013, Vidéo couleur sonore, 5' 27'', Metropolitan Museum, New York, Numéro d'acquisition : 2014.197.3, © Amie Siegel.

Source : Metropolitan Museum. « *Lot 248* », [En ligne] <http://metmuseum.org/art/collection/search/646713>. Consulté le 16 juin 2016.

**Figure 18** | Amie Siegel, *Proof (Christie's, 19 October, 2013)*, 2013, Impression au jet d'encre sur lucite, 31.1 x 46 cm, Metropolitan Museum, New York, Numéro d'acquisition : 2014.197.2, © Amie Siegel.

Source : Metropolitan Museum. « *Proof (Christie's, 19 October, 2013)* », [En ligne] <http://metmuseum.org/art/collection/search/646714>. Consulté le 16 juin 2016.

**Figure 19** | Amie Siegel, *Provenance* (capture d'écran), 2013 Vidéo numérique couleur sonore, 40' 30'', Metropolitan Museum, New York, Numéro d'acquisition : 2014.197.1, © Amie Siegel.

Source : Metropolitan Museum. « *Provenance* », [En ligne] <http://metmuseum.org/art/collection/search/629168>. Consulté le 16 juin 2016.

**Figure 20** | Mathieu Beauséjour, *Survival Virus de Survie*, 1991-99, Billet de banque étampé, 15,2 x 7 cm © Mathieu Beauséjour

Source : Base de données sur l'art canadien CACC. « Mathieu Beauséjour », [En ligne] [http://ccca.concordia.ca/artists/work\\_detail.html?languagePref=fr&mkey=68845&title=Survival+Virus+de+Survie%2C+%3Ci%3Edetail%3C%2Fi%3E&artist=Mathieu+Beaus%C3%A9jour&link\\_id=11082](http://ccca.concordia.ca/artists/work_detail.html?languagePref=fr&mkey=68845&title=Survival+Virus+de+Survie%2C+%3Ci%3Edetail%3C%2Fi%3E&artist=Mathieu+Beaus%C3%A9jour&link_id=11082) Consulté le 7 août 2016.

**Figure 21** | Mathieu Beauséjour, *Edward 8*, série *Kings and Queens of Québec*, 2008, Impression jet d'encre, édition de 5, 43 x 53 cm, © Mathieu Beauséjour

Source : Galerie Antoine Ertaskiran. « Mathieu Beauséjour », [En ligne] <http://www.galerieantoineertaskiran.com/artists/represented/mathieu-beausejour?locale=fr>. Consulté le 13 juin 2016.

**Figure 22** | Mathieu Beauséjour, *Edward 7*, série *Kings and Queens of Québec*, 2008, Impression jet d'encre, édition de 5, 43 x 53 cm, © Mathieu Beauséjour

Source : Galerie Antoine Ertaskiran. « Mathieu Beauséjour », [En ligne] <http://www.galerieantoineertaskiran.com/artists/represented/mathieu-beausejour?locale=fr>. Consulté le 13 juin 2016.

**Figure 23** | Mathieu Beauséjour, *Kings and Queens of Québec*, 2008, vue d'installation, présentée au Palais du Tau (Reims, France), Exposition *Québec Gold* © Mathieu Beauséjour

Source : Galerie Antoine Ertaskiran. « Mathieu Beauséjour », [En ligne] <http://www.galerieantoineertaskiran.com/artists/represented/mathieu-beausejour?locale=fr>. Consulté le 13 juin 2016.

**Figure 24** | Moridja Kitenge, *Banque du Canada 100\$, 2015*, Impression numérique sur papier, 109.9 x 50.7 cm, Edition : 1/5 © Moridja Kitenge

Source : Galerie Joyce Yahouda. « Moridja Kitenge », [En ligne] <http://www.joyceyahoudagallery.com/en/schedule/bank-of-canada>. Consulté le 13 juin 2016.

**Figure 25** | Moridja Kitenge, *Banque du Canada*, 2015, vue de l'exposition, Galerie Joyce Yahouda, © Moridja Kitenge

Source : Galerie Joyce Yahouda. « Moridja Kitenge », [En ligne] <http://www.joyceyahoudagallery.com/en/schedule/bank-of-canada>. Consulté le 13 juin 2016.

**Figure 26** | Takashi Murakami, *LV Monogram-Multicolore Black*, 2007, Lithographie sur toile, édition de 100, 41 x 41cm, © Takashi Murakami

Source : Artnet. « Past Auction – Takashi Murakami », [En ligne] [http://www.artnet.com/artists/takashi-murakami/monogram-multicolore-black-contained-in-original-93BS8m5eqSxQoD\\_9XGKs-g2](http://www.artnet.com/artists/takashi-murakami/monogram-multicolore-black-contained-in-original-93BS8m5eqSxQoD_9XGKs-g2). Consulté le 16 juin 2016.

**Figure 27** | Noel Vasquez, *Takashi Murakami and bags for sale at his exhibition at the Museum of Contemporary Art in Los Angeles*, 2007, Photographie numérique, © Noel Vasquez/Getty Images

Source : The New York Times. « The Artist's Fall Collection », [En ligne] [http://www.nytimes.com/2007/11/08/fashion/08ART.html?\\_r=0](http://www.nytimes.com/2007/11/08/fashion/08ART.html?_r=0). Consulté le 16 juin 2016.

**Figure 28** | Goldin+Senneby, *M&A*, 2014, performance, avec Jo Randerson (dramaturge), Paul Leong (banquier d'investissement), Ybodon (informaticien), Anna Heymowska (conceptrice), Johan Hjerpe (graphiste) et Gerard Harris / Patrice Martre (acteurs), Galerie SBC, crédits photographiques : Guy l'Heureux, © Goldin+Senneby

Source : Galerie SBC. « Goldin+Senneby », [En ligne] <http://www.sbcgallery.ca/#!goldinsenneby---biennale-/c1s3r>. Consulté le 13 juin 2016.

**Figure 29** | Goldin+Senneby, *M&A*, 2014, vue de la performance, avec Jo Randerson (dramaturge), Paul Leong (banquier d'investissement), Ybodon (informaticien), Anna Heymowska (conceptrice), Johan Hjerpe (graphiste) et Gerard Harris / Patrice Martre (acteurs), Galerie SBC, crédits photographiques : Guy l'Heureux, © Goldin+Senneby

Source : Galerie SBC. « Goldin+Senneby », [En ligne] <http://www.sbcgallery.ca/#!/goldinsenneby---biennale-/c1s3r>. Consulté le 13 juin 2016.

**Figure 30** | Richard Ibghy et Marilou Lemmens, *The Prophets*, 2014, vue de l'installation, La Biennale de Montréal, Musée d'art contemporain de Montréal, © Richard Ibghy et Marilou Lemmens.

Source : Richard Ibghy & Marilou Lemmens. « *The Prophets* », [En ligne] <http://www.ibghylemmens.com/theprophets.html>. Consulté le 13 juin 2016.

**Figure 31** | Richard Ibghy et Marilou Lemmens, *Supply and Demand for Immortality*, 2011, 10<sup>e</sup> Biennale de Sharjah, Émirats Arabes Unis, © Richard Ibghy et Marilou Lemmens.

Source : Richard Ibghy & Marilou Lemmens. « *Supply and Demand for Immortality* », [En ligne] <http://www.ibghylemmens.com/SupplyDemandImmortality.html>. Consulté le 13 juin 2016.

**Figure 32** | Louise Lawler, *People who expressed interest in this work also bid on the following*, 2009, impression sur papier, 29,5 x 21 cm, © Louise Lawler.

Source : Artprice. « Past Auctions », [En ligne] <http://www.artnet.com/artists/louise-lawler/people-who-expressed-interest-in-this-work-also-nK-4dMrsATDyGms17YhMMg2>. Consulté le 13 juin 2016.

**Figure 33** | *Évolution des prix des œuvres d'art*, 2009, ©Artprice

Source : Artprice. « 2008 : Tendances du marché de l'art », [En ligne] <http://fr.artprice.com/artmarketinsight/reports>. Consulté le 20 janvier 2016.

**Figure 34** | *Lots vendus aux enchères en occident par périodes de création*, 2016, ©Artprice

Source : Artprice. « Le marché de l'art en 2015 », [En ligne] [http://imgpublic.artprice.com/pdf/rama2016\\_fr.pdf](http://imgpublic.artprice.com/pdf/rama2016_fr.pdf). Consulté le 8 juin 2016.

**Figure 35** | *Produit des ventes aux enchères par périodes*, 2016, ©Artprice

Source : Artprice. « Le marché de l'art en 2015 », [En ligne] [http://imgpublic.artprice.com/pdf/rama2016\\_fr.pdf](http://imgpublic.artprice.com/pdf/rama2016_fr.pdf). Consulté le 8 juin 2016.

**Figure 36** | *Produit des ventes aux enchères d'art contemporain par médium*, 2015, ©Artprice

Source : Artprice. « Le marché de l'art contemporain 2015 », [En ligne] <http://imgpublic.artprice.com/pdf/le-marche-art-contemporain-2015.pdf>. Consulté le 15 décembre 2015.

**Figure 37** | *Andy Warhol : ses représentations de la monnaie les plus onéreuses*, 2016, ©Artprice

Source : Artprice. « Résultats d'adjudication de Andy Warhol », [En ligne] <http://fr.artprice.com/artiste/30269/andy-warhol/lots/passes>. Consulté le 14 juillet 2016.

**Figure 38** | *Mathieu Beauséjour : résultat de vente, Kings and Queens of Québec*, 2016, ©Artprice

Source : Artprice. « Résultats d'adjudication de Mathieu Beauséjour », [En ligne] <http://fr.artprice.com/artiste/248192/mathieu-beausejour/lots/passes>. Consulté le 14 juillet 2016.

**Figure 39** | *Amie Siegel : résultat de vente, Provenance*, 2016, ©Artprice

Source : Artprice. « Résultats d'adjudication de Amie Siegel », [En ligne] <http://fr.artprice.com/artiste/565203/amie-siegel/lots/passes>. Consulté le 14 juillet 2016.

**Figure 40** | *Yves Klein : résultats de vente, Le Saut dans le vide*, 2016, ©Artprice

Source : Artprice. « Résultats d'adjudication de Yves Klein », [En ligne] <http://fr.artprice.com/artiste/15467/yves-klein/lots/passes>. Consulté le 14 juillet 2016.

**Figure 41** | *Yves Klein : résultats de vente, Dimanche, le journal d'un seul jour*, 2016, ©Artprice

Source : Artprice. « Résultats d'adjudication de Yves Klein », [En ligne] <http://fr.artprice.com/artiste/15467/yves-klein/lots/passes>. Consulté le 14 juillet 2016.

**Figure 42** | *Marcel Broodthaers : résultat de vente, Lingots d'or*, 2016, ©Artprice

Source : Artprice. « Résultats d'adjudication de Marcel Broodthaers », [En ligne] <http://fr.artprice.com/artiste/3984/marcel-broodthaers/lots/passes>. Consulté le 14 juillet 2016.

**Figure 43** | *Piero Manzoni, Merda d'artista. Lots les moins dispendieux*, 2016, ©Artprice

Source : Artprice. « Résultats d'adjudication de Piero Manzoni », [En ligne] <http://fr.artprice.com/artiste/63682/piero-manzoni/lots/passes>. Consulté le 14 juillet 2016.

**Figure 44** | *Piero Manzoni, Merda d'artista. Lots les plus dispendieux*, 2016, ©Artprice

Source : Artprice. « Résultats d'adjudication de Piero Manzoni », [En ligne] <http://fr.artprice.com/artiste/63682/piero-manzoni/lots/passes>. Consulté le 14 juillet 2016.

**Figure 45** | *Andrea Fraser, résultat de vente*, 2016, ©Artprice

Source : Artprice. « Résultats d'adjudication de Andrea Fraser », [En ligne] <http://fr.artprice.com/artiste/251207/andrea-fraser/lots/passes>. Consulté le 14 juillet 2016.

**Figure 46** | *Hans Haacke, résultats de vente Reaganomics et Condensation Cube*, 2016, ©Artprice

Source : Artprice. « Résultats d'adjudication de Hans Haacke », [En ligne] <http://fr.artprice.com/artiste/31850/hans-haacke/lots/passes>. Consulté le 14 juillet 2016.

**Figure 47** | *Goldin + Senneby, résultat de vente, Fiction on Auction*, 2016, ©Artprice

Source : Artprice. « Résultats d'adjudication de Goldin+Senneby », [En ligne] <http://fr.artprice.com/artiste/486159/goldin+-senneby/lots/passes>. Consulté le 14 juillet 2016.

**Figure 48** | *Louise Lawler, résultats de vente, People who expressed interest in this work also bid on the following*, 2016, ©Artprice

Source : Artprice. « Résultats d'adjudication de Louise Lawler », [En ligne] <http://fr.artprice.com/artiste/16730/louise-lawler/lots/passes>. Consulté le 14 juillet 2016.

## **REMERCIEMENTS**

Je tiens tout d’abord à remercier ma directrice de recherche, la professeure Christine Bernier pour l’intérêt qu’elle a témoigné envers mon sujet dès notre première rencontre, ainsi que pour son écoute, ses conseils et sa passion. Je veux aussi souligner l’appui financier qui m’a été accordé par le Conseil de Recherches en Sciences Humaine du Canada (CRSH), le Fonds de recherche du Québec – Société et culture (FQRSC), ainsi que le Département d’histoire de l’art et d’études cinématographiques de l’Université de Montréal. Un merci en particulier au professeur Denis Ribouillault pour son appui.

Je souhaite également montrer ma reconnaissance à mes proches qui m’ont épaulée au cours de la conception, la recherche et la rédaction de ce mémoire. Merci à mes parents qui m’ont introduit au monde de l’art, qui m’ont transmis la passion pour la recherche et qui ont cru en moi depuis le début de mes études.

Finalement, merci à mes amis pour leurs encouragements et leurs paroles réconfortantes. Un merci tout spécial à Valérie Félix pour sa générosité et pour son oreille attentive, avec qui j’ai eu tant de plaisir à partager ces années aux études supérieures.

*[...] art behaves like money  
because money behaves like art.*

(Paul Werner 2005 : 4)

## INTRODUCTION

Alors qu'elle a longtemps été reléguée au second plan dans l'étude de l'histoire de l'art, la recherche sur le marché de l'art est aujourd'hui en pleine effervescence. En effet, bien que la question de l'économie et de son impact sur l'art ait été abordée de manière succincte par quelques historiens, c'est réellement avec les études des sociologues qu'elle s'est développée. Raymonde Moulin a ainsi été l'une des premières, dans les années 1990, à traiter du marché de l'art et à en tracer les contours. Ce nouvel intérêt pour les aspects économiques de l'art a fait surgir des questionnements sur les modes d'attribution des prix et de la valeur pour les œuvres, auxquels l'auteur spécialisé en art, en culture et en économie, Olav Velthuis s'est consacré au tournant du millénaire. Quelques chercheurs, dont Velthuis lui-même, mais également deux historiens de l'art américains, Katy Siegel et Paul Mattick, ont poussé encore plus loin l'étude des liens entre l'art et l'argent, en s'intéressant à l'intégration complète de l'économie dans la production des artistes. C'est justement cette nouvelle voix accordée à l'art, pour discourir sur l'économie et les marchés, qui se trouve au centre de nos intérêts de recherche avec, en particulier, ce que nous appelons les économies imaginaires.

### À PROPOS DES « ÉCONOMIES IMAGINAIRES »

Parmi les premiers chercheurs à aborder la question de l'économie dans la pratique artistique, Katy Siegel et Paul Mattick signent un livre intitulé *Money* (2004) dans la collection *Art Works*. Toutefois, c'est dans l'ouvrage *Imaginary Economics: Contemporary Artists and the World of Big Money* (2005), rédigé par Olav Velthuis, qu'apparaît pour la première fois l'expression « économies imaginaires ».



L'ouvrage de Siegel et Mattick aborde la question générale de l'argent et son impact sur la production artistique, tout en effleurant la question de l'art qui traite lui-même de thèmes financiers. Les auteurs proposent une réflexion très articulée sur le rôle de l'argent et du système capitaliste sur la transformation de l'art comme objet de consommation. Ils opposent les révolutions économiques du début du 19<sup>e</sup> siècle, qui mènent à l'industrialisation et la mécanisation du travail, à la production artistique, mais stipulent qu'il est impossible de comprendre l'art séparément de l'époque et de la société dans laquelle il évolue, soit une société fondée sur l'argent.

Dans la section suivante, les auteurs retracent les instances où l'art traite d'argent et d'économie, en partant d'aussi loin que la Renaissance. Ils notent toutefois que c'est seulement depuis l'expansion soudaine du marché américain de l'art, dans les cinquante dernières années, que les artistes se sont mis à intégrer la question économique dans leurs œuvres. Les auteurs s'intéressent surtout à la visée critique de l'art envers le système marchand, en la contrastant avec celle d'artistes, comme Jeff Koons, qui ne cherchent plus à se soulever contre le marché, et loin de se rebiffer, intègrent le matérialisme et le capitalisme culturel dans leur production. Ainsi, l'ouvrage de Siegel et de Mattick divise l'art qui traite de l'argent en deux catégories : critique et inclusive. Leur livre, qui présente un grand registre de pratiques différentes, ne traite toutefois pas des œuvres où la question de l'économie et de l'argent est autoréflexive : en effet, les artistes sélectionnés s'entretiennent sur l'économie mondiale, sur les matériaux onéreux ou encore sur le système du magasin, mais les auteurs n'abordent pas ceux qui remettent en question l'économie de l'art.

Le livre *Imaginary Economics: Contemporary Artists and the World of Big Money* (2005) est l'ouvrage de référence pour ce qui concerne l'art inspiré par l'économie. Dans son introduction, Olav Velthuis rejette l'idée selon laquelle l'art n'a rien à voir avec l'argent, puis définit ce qu'il entend par économies imaginaires, c'est-à-dire un art inspiré par l'économie et qui en propose une nouvelle conception. Il constitue ensuite une revue des œuvres et des artistes qui abordent le marché dans leur création. Il y répertorie le travail d'un large éventail d'artistes, du 20<sup>e</sup> au 21<sup>e</sup> siècle, principalement européens et américains, qui s'inspirent de l'économie.

Toutefois, depuis la parution de l'ouvrage, il y a de cela maintenant plus de dix ans, la pratique s'est élargie et développée, de telle sorte qu'il y a aujourd'hui de nouvelles variétés de ce que l'auteur qualifie d'économies imaginaires. De plus, bien que Velthuis regroupe la vaste quantité d'œuvres qu'il définit sous les termes d'économies imaginaires de manière chronologique, nous proposons plutôt de classer notre corpus selon leur rapport à l'économie, c'est-à-dire par la façon qu'ont les œuvres de traiter de l'économie. Plus encore, la question de la vente de ce type particulier de production n'est qu'effleurée dans la description que Velthuis offre de certaines œuvres. Nous pensons qu'étudier la marchandisation d'œuvres traitant précisément du marché de l'art est justifié et permet, en plus, d'examiner la question de la vente de l'art conceptuel, un mouvement qui rejoint plusieurs formes d'économies imaginaires. Par ailleurs, l'aspect de la vente de ce type d'œuvres nous permet d'examiner le pouvoir de la sphère sociale sur le collectionnement.

Notre compréhension des termes « économies imaginaires » s'appuie sur la vision de Katy Siegel et Paul Mattick combinée à celle d'Olav Velthuis ; c'est-à-dire que les économies imaginaires sont à la fois des œuvres qui par leur sujet ou par leur forme reprennent les sujets économiques, tout en se déployant, à d'autres moments, moins sous une forme d'art particulière, que selon la vision nouvelle apportée par certains artistes. Pour ces raisons, nous devons nous appuyer à la fois sur des fondements économiques et sociologiques, de manière à déterminer comment ces productions évoluent sur la sphère marchande. Pour y parvenir, nous disséquons, en premier lieu, cette organisation qu'est le marché de l'art.

## **FONCTIONNEMENT DU MARCHÉ DE L'ART**

Raymonde Moulin est l'auteure de référence lorsqu'il s'agit de sociologie de l'art portant sur les questions qui concernent l'institution et le marché. Dans ses ouvrages *L'artiste, l'institution et le marché* (1992) et *Le marché de l'art* (2003) l'auteure pose les assises du fonctionnement du marché de l'art. Dans son livre publié en 1992, elle présente les grands acteurs du marché soit le consommateur, le musée et l'artiste en tant que producteur, puis elle s'étend sur leurs liens avec l'économie de l'art. Dans son ouvrage ultérieur, Moulin s'affaire plutôt à présenter et à expliquer le fonctionnement du marché de l'art. Elle partitionne la vaste

sphère du marché artistique en plusieurs catégories et s'intéresse aussi à la fonction de l'art comme placement. Elle traite ensuite des problèmes auxquels fait face l'économie de l'art, comme ceux de la mondialisation et de la sauvegarde de la rareté.

Au fil de l'ouvrage, la sociologue relate les mutations du rôle de l'artiste dans la société en rapport avec l'économie, en partant de l'artisan au Moyen Âge, jusqu'à l'artiste contemporain. En revanche, elle ne s'intéresse pas spécifiquement à la production des artistes contemporains, ce que nous projetons de faire ici. Bien qu'elle s'intéresse à la valeur symbolique des œuvres et à son impact sur leur valeur pécuniaire, Raymonde Moulin aborde très peu la question de la formation de la valeur des œuvres, une question centrale lorsqu'il s'agit d'évaluer les rapports entre un type d'art particulier et son marché. Par ailleurs, son étude des comportements des consommateurs et de leur influence sur la vente et la valeur des œuvres d'art n'inclut pas leurs habitudes d'achat, une question névralgique pour notre recherche. En effet, les habitudes d'achat sont une dimension capitale dans notre étude, puisque nous visons à saisir quels facteurs expliquent la disparité dans le collectionnement d'un type d'art par rapport à un autre.

#### **FORMATION DE LA VALEUR PÉCUNIAIRE DES ŒUVRES D'ART**

En ce qui concerne la formation de la valeur des œuvres, c'est le livre d'Olav Velthuis, tiré de sa thèse, *Talking Prices. Symbolic Meanings of Prices on the Market for Contemporary Art* (2005), qui vient pallier les manques des ouvrages de Raymonde Moulin. En effet, dans la première partie de son analyse, Velthuis explique le fonctionnement du marché de l'art, puis, dans la seconde partie, il s'intéresse aux mécanismes d'établissement des prix des œuvres. À travers son étude, l'auteur distingue les éléments qui régissent le prix accordé aux œuvres sur le marché primaire, les facteurs qui influencent les galeristes dans la fixation des prix, les justifications proposées par les marchands pour justifier le prix des œuvres, ainsi que les anomalies propres au marché de l'art, qui le distinguent des marchés communs. Toutefois, l'étude de l'économiste et historien de l'art est centrée autour de la formation de valeur d'œuvres traditionnelles, classiques ou contemporaines. En effet, il n'est pas question de la valeur d'œuvres conceptuelles dans cet ouvrage. Or, les œuvres que nous souhaitons aborder sont justement des œuvres conceptuelles.

Dès le début de la conceptualisation de notre recherche, il nous a semblé clair que l'étude du type d'art qu'Olav Velthuis nomme économies imaginaires était appropriée parce qu'elle permettait d'intégrer deux questions : soit celle des facteurs économiques dans les œuvres et celle de l'exposition des rapports conflictuels entre l'art et son marché. De surcroît, depuis le début de notre recherche, le thème de l'économie, autant dans la production des artistes que dans l'orientation donnée à de grandes expositions<sup>1</sup> s'est développé. Ainsi, les œuvres récentes de David Tomas et d'Amie Siegel qui sont étudiées plus en profondeur dans notre corpus et dans lesquelles les artistes exposent le marché de l'art lui-même permettront de soulever de nouvelles réflexions sur l'art et l'argent. Ce jeu entre la production artistique et le marché de l'art ajoutera une dimension nouvelle aux études des « économies imaginaires », en menant à une réflexion double sur le marché comme acteur dans le monde de l'art, mais également comme sujet. De plus, la question de la vente des productions désignées en tant qu'économies imaginaires n'est pas abordée par les auteurs qui recensent ce type de production artistique. Cette lacune importante nous laissait le champ ouvert pour une réflexion sur un art qui repose sur la notion d'économie. Une étude sur la consommation de cette production artistique particulière nous permet de rassembler les notions générales de marché de l'art et de valeur de l'art et d'analyser leur rapport avec cet art. Plus encore, les études sur marché québécois de l'art étant encore de nos jours peu développées, l'examen des tendances et des motivations de consommation de l'art dans un contexte local permettra d'élargir les connaissances sur les habitudes de collectionnement.

## **VISÉES DE LA RECHERCHE**

L'économie et l'art ont été étudiés à de maintes reprises dans les recherches en l'histoire de l'art. Ce faisant, certains historiens ont même décelé une tendance dans la production de certains artistes, celle de l'utilisation de l'économie comme sujet de critique, mais également comme source d'inspiration. Certains artistes parodient les systèmes économiques dans leurs œuvres, alors que d'autres réalisent plutôt un art qui serait compatible avec les différents

---

<sup>1</sup> À titre d'exemple, l'économie de marché, la spéculation, la stratification sociale et la croissance perpétuelle font, en effet, tous partie de la thématique de la dernière édition de la Biennale de Montréal (2014).

marchés. Les pratiques que nous qualifions d'économies imaginaires deviennent elles-mêmes des sources d'information, puisque les artistes y proposent des réflexions et de nouvelles solutions aux problèmes de l'économie actuelle.

D'autres artistes ont poussé encore plus loin les rapports entre l'art et l'argent, en faisant de l'économie de l'art et du marché de l'art le sujet central de leurs œuvres. Pour notre part, nous nous intéressons au paradoxe qui fait en sorte que l'art dont le sujet central est l'économie et dont le principal propos est le marché de l'art, ne se retrouve lui-même que très peu sur le marché. Notre recherche consiste dans l'étude de la place réservée à ce type de production sur les grands marchés internationaux. Nous cherchons donc, à travers cette recherche, à découvrir les facteurs qui influent sur l'attribution des prix dans les productions non conventionnelles, en particulier celles qui traitent elles mêmes de l'économie. Cet examen nous permet d'analyser les rapports conflictuels qui existent entre les marchés et les économies imaginaires.

## **APPROCHES THÉORIQUES**

Afin de mener à bien notre démarche, c'est à partir d'une approche pluridisciplinaire que nous abordons notre question de recherche. En effet, ce sont les théories des sociologues de l'art ainsi que des sociologues-économistes, qui nous ont guidée. Les sociologues se sont grandement intéressés aux milieux artistiques, aux institutions, ainsi qu'à l'art et à son public. Ce sont leurs recherches sur le marché de l'art et ses acteurs qui contribueront à nos réflexions sur les fondements des principes de la valeur symbolique et monétaire des œuvres. En ce qui concerne le travail des économistes, principalement ceux ayant une approche marxiste, ils s'intéressent au renversement de la valeur intrinsèque de l'art vers une valeur qui repose sur des relations sociales. Selon ces principes, la valeur des œuvres serait donc devenue mouvante et disputable. C'est cette perspective de l'art que nous avons appliquée à nos recherches sur les économies imaginaires.

## FONDEMENTS SOCIOLOGIQUES

Afin de situer le marché de l'art dans lequel les économies imaginaires évoluent, il nous faudra en poser les assises en nous appuyant sur des théories sociologiques. La seconde partie de notre mémoire servira en effet à situer le marché de l'art général, en distinguant ses sphères primaire et secondaire. Afin de réaliser cette analyse, nous nous appuierons sur les écrits de Raymonde Moulin, principalement, ainsi que sur ceux de Pierre Bourdieu.

Raymonde Moulin s'intéresse principalement au marché de l'art international et français. Toutefois, les principes qu'elle développe dans ses recherches sont suffisamment universels pour que l'on puisse s'en servir pour étudier le marché québécois de l'art. Dans ses ouvrages *Le Marché de l'art. Mondialisation et nouvelles technologies* et *De la valeur de l'art*, Moulin applique les méthodes de la sociologie pour expliquer plusieurs sphères du monde artistique, ainsi que le rapport entre les institutions et le public.

Moulin analyse le monde de l'art non seulement avec la sociologie, mais également avec une approche économique, puisqu'elle se sert de données empiriques pour rectifier certaines affirmations et lieux communs sur le marché de l'art. En examinant de manière détaillée les rapports qui se créent entre les artistes, les collectionneurs, les galeries et les musées, la réflexion de Moulin nous permet de mieux comprendre le marché de l'art et d'ainsi cerner les déterminants de la valeur des œuvres. Plus encore, les théories de Raymonde Moulin nous seront utiles pour notre démarche d'interprétation des fondements du marché de l'art. À partir de nos propres observations du marché, jumelées et interprétées à l'aide de ces théories, nous pourrions mieux expliquer les recoupements et les différences entre les différents marchés internationaux. D'un autre côté, les concepts de l'auteure sur la valeur symbolique et économique en art nous serviront également pour expliquer et analyser les principes de formation de la valeur des œuvres en général. Nous pourrions ensuite appliquer ces théories à l'évaluation de la valeur des économies imaginaires.

Parallèlement, la théorie de la distinction du sociologue français Pierre Bourdieu, développée dans son ouvrage *La Distinction. Critique sociale du jugement*, nous sera utile afin de nous pencher sur l'action même de collectionner les œuvres d'art.

## FONDEMENTS ÉCONOMIQUES

En ce qui concerne la formation de la valeur des œuvres contemporaines, que nous comparerons à celle de l'art conceptuel et plus particulièrement à celle des économies imaginaires, nous nous appuierons sur les écrits de Olav Velthuis, une référence importante pour la recherche actuelle sur le marché de l'art et sur la valeur des œuvres. Velthuis repose son analyse sur une étude statistique des artistes, de leurs galeries et de leur milieu pour déterminer les conditions de l'appréciation de leur production, d'un point de vue économique. Sa perspective s'inscrit toutefois dans une démarche multidisciplinaire : l'auteur, qui a une formation d'historien de l'art, affirme notamment que les prix des œuvres sont des entités économiques, mais également sociales, culturelles et morales.

Bien que Velthuis ait théorisé les principes de la formation de la valeur, il s'est arrêté à l'art dit formaliste, sans se pencher sur l'art conceptuel. Cela est d'autant plus intrigant qu'il n'a pas étudié la formation de la valeur d'un type d'art qu'il a lui-même circonscrit, soit les productions regroupées sous la bannière des économies imaginaires. C'est donc en nous basant sur ses théories de fixation des prix que nous étudierons un type d'art qu'il a lui-même ainsi nommé, sans qu'il ait approfondi la question. En effet, l'étude de Velthuis, qui porte sur le marché de l'art, se limite à l'examen des œuvres contemporaines formalistes d'artistes américains et hollandais. L'auteur explique de manière sociologique le fonctionnement du marché et du monde de l'art. Velthuis se munit ensuite des théories économiques pour s'intéresser au prix des œuvres. Il décline les composantes qui gouvernent les prix accordés aux œuvres du marché primaire, des facteurs qui influencent les galeristes dans l'établissement des prix, des justifications proposées par les marchands pour justifier le prix des œuvres ou encore des anomalies propres au marché de l'art, qui le distinguent des autres marchés.

Même si Olav Velthuis est celui qui a documenté le plus en profondeur les économies imaginaires, il n'a jamais appliqué ses propres grilles d'analyse pour étudier leur mise en marché. Ce sera cet amalgame des œuvres qualifiées d'économies imaginaires et leur marchandisation que nous tenterons de lier, au cours de notre mémoire. Articulés à ceux de Raymonde Moulin, les écrits de Velthuis, fondés sur la sociologie de l'art et de l'économie, nous serviront à mieux comprendre et analyser le fonctionnement du monde de l'art

contemporain. De plus, nous appliquerons les principes énoncés par Velthuis pour étudier l'évolution sur le marché des économies imaginaires ainsi que la fixation de leurs prix.

Les écrits de Nathalie Moureau et de Dominique Sagot-Duvaurox nous serviront à poser les assises du marché de l'art en plus d'étudier les particularités de chacune des instances qui agissent sur l'économie artistique. D'un autre côté, les théories du sociologue et économiste américain Thorstein Veblen nous permettront de comprendre ce qui motive l'achat dans la sphère artistique. En effet, son ouvrage *The Theory of the Leisure Class* étudie les motivations de consommation d'objets de luxe, dont l'achat ne correspond pas à la réponse à un besoin vital, chez les acheteurs de sphères sociales élevées. Cette étude sur la consommation ostentatoire est fréquemment utilisée dans les recherches sur le marché de l'art et l'effet qu'il a relevé, selon lequel plus le prix d'un objet monte, plus, paradoxalement, sa consommation augmente, porte maintenant son nom.

Les théories sociologiques et économiques nous permettront de pousser nos recherches et d'analyser sous un angle particulier notre corpus, constitué des économies imaginaires des artistes David Tomas et Amie Siegel. Nous pourrons, grâce aux analyses et aux théories de Raymonde Moulin, Thorstein Veblen, Pierre Bourdieu et Olav Velthuis, porter un regard nouveau sur la vente de l'art conceptuel, en particulier les économies imaginaires, et de leur rapport face aux différents marchés internationaux. En effet, en nous appuyant sur les études de Moulin et de Velthuis, nous pourrons appliquer les constituants de la valeur des œuvres formalistes aux œuvres conceptuelles. Cet ancrage nous aidera à comprendre ce qui les distingue, pour mieux saisir pourquoi les œuvres de la catégorie des économies imaginaires sont si peu populaires sur le marché. Finalement, les recherches de Veblen et de Bourdieu nous mèneront à analyser les motivations sociales du collectionnement de l'art en général, avant de les appliquer à notre analyse de ce genre artistique, que nous définissons par les termes « économies imaginaires ».

Notre recherche se veut une étude sur le marché de l'art et sur les motivations qui incitent les acheteurs à collectionner un type d'art plutôt qu'un autre. Ainsi, bien que nous ayons puisé dans les enregistrements d'adjudications des artistes de notre corpus pour déterminer leur popularité sur le marché de l'art, cette recherche n'est pas une évaluation du succès des



artistes. En effet, il ne s'agit pas d'analyser la place réservée aux créateurs et à leur production sur la plateforme du marché, mais plutôt de mettre en lumière les mécanismes de cette microsociété qu'est le marché de l'art, afin de comprendre comment elle évolue et s'adapte à une pratique encore nouvelle, mais en pleine ampleur.

## **ORGANISATION DE LA RECHERCHE**

Dans un premier temps, nous définirons le type de production que nous qualifions d'économies imaginaires à travers les écrits d'Olav Velthuis, de Kathy Siegel et de Paul Mattick, des spécialistes en art et en économie, qui ont consacré leurs recherches à la dénomination et à la catégorisation de cette inflexion dans la pratique artistique. Après avoir mis en lumière cette définition, nous déclinons ce genre artistique en quatre groupes que nous avons déterminés et isolés. Afin de relever les traits propres de chaque catégorie, nous présenterons quelques œuvres d'artistes variés pour chacune d'elles. De plus, puisque nous démontrons que cette tendance se développe dans la sphère locale, comme dans le monde international, l'œuvre d'un artiste québécois sera présentée dans chacune de nos catégories. Enfin, nous préciserons notre corpus par l'étude de deux pratiques artistiques exemplaires du type « économies imaginaire », celle de David Tomas, artiste canadien et celle de l'artiste pluridisciplinaire étatsunienne, Amie Siegel.

Dans un deuxième temps, nous nous pencherons sur le marché de l'art, en présentant ses caractéristiques singulières et le rôle des acteurs évoluant sur le marché primaire, ainsi que sur le marché secondaire. Nous dévoilerons ensuite les principes de la légitimation de la valeur à travers l'étude du rôle que jouent les différents acteurs du monde de l'art. Enfin, pour mieux étudier les facteurs qui déterminent la valeur des œuvres d'art, nous nous pencherons sur les principes de la formation de la valeur des œuvres d'art sur le marché primaire, en les contrastant avec ceux qui régissent le marché secondaire.

Enfin, dans notre troisième et dernier chapitre nous réunirons les thèmes abordés dans les deux chapitres précédents, en étudiant la place réservée au type des économies imaginaires sur le

marché de l'art. Ainsi, en scrutant les résultats de vente de ces œuvres sur les marchés primaire et secondaire, nous chercherons à déterminer si cette forme d'art est viable et commercialisable. En nous appuyant sur ces résultats, nous chercherons à déterminer si les œuvres classées sous la bannière d'économies imaginaires sont proposées à la vente, en plus d'explorer les facteurs qui affectent leur positionnement sur le marché de l'art. Nous analyserons alors les causes artistiques de ces résultats, en comparant notre démarche avec les études préétablies sur le marché de l'art conceptuel, puis nous étudierons les motivations sociales du collectionnement en rapprochant ces deux études de marché à celle de notre corpus.

Afin de bâtir cette recension des adjudications sur le marché secondaire, nous avons puisé les résultats de vente dans la base de données Artprice qui rassemble l'ensemble des lots vendus lors des ventes aux enchères dans plus de 4 500 maisons de vente, depuis 1962. Les résultats issus de cette base de données sont privés et nous avons dû nous procurer un accès payant. Conséquemment, puisque les résultats ne sont pas accessibles à tous, nous avons placé en annexe, pour fin de vérification, les captures d'écran de ces recensions. Comme il y a chaque jour des ventes aux enchères, nos résultats peuvent donc avoir changé depuis que nous les avons recensés ; par conséquent, nous tenons à préciser que cette étude descriptive sur les marchés a été réalisée le plus tardivement possible pour la réalisation de ce mémoire, c'est-à-dire en juillet 2016.

## CHAPITRE PREMIER : LES ÉCONOMIES IMAGINAIRES

Le contexte économique dans lequel les artistes évoluent a été examiné pour l'analyse et l'interprétation des œuvres et des productions artistiques par plusieurs historiens de l'art. D'ailleurs, les questions économiques font depuis longtemps partie de la pratique des artistes et elles ont trouvé leur place parmi les sujets abordés dans les œuvres mêmes. Nous remarquons qu'il y a, de nos jours, un accroissement du nombre d'artistes qui traitent de l'économie dans leurs œuvres. Olav Velthuis, figure importante de l'étude du marché de l'art, nomme économies imaginaires, les formes d'art qui commentent, investiguent et contestent les mécanismes économiques, tout en proposant des solutions de rechange aux connaissances des experts (Velthuis 2005a : 22). En effet, force est de constater que l'économie, dans ses manifestations quotidiennes tout comme dans les mouvements des marchés, de la consommation et de la propriété, habite souvent l'art contemporain. Depuis quelques années, les pratiques artistiques qui se réfèrent à l'économie, que ce soit par la représentation de l'iconographie monétaire, par la création de systèmes économiques inventés ou encore par la critique des systèmes marchands sont de plus en plus fréquentes.

Afin d'établir le sujet de l'étude des pratiques artistiques désignées sous le nom d'économies imaginaires, nous définirons en premier lieu le concept, en prenant appui sur les textes d'Olav Velthuis, ainsi que ceux d'autres auteurs qui ont observé ce tournant vers l'économie. Par la suite, à l'aide d'exemples tirés de l'histoire de l'art moderne, contemporain et actuel, tant au Québec que sur la scène internationale, nous explorerons le vaste champ des économies imaginaires. Nous scindons ce champ en quatre classes que nous avons induites de notre examen, selon autant de sections définies par la pratique artistique des créateurs : *L'innovation*, *Le regard critique*, *La copie de l'iconographie monétaire* et *La transposition*. Afin d'appuyer nos regroupements, nous intégrerons plusieurs pratiques artistiques dans chacune de ces classes. Évidemment, le travail des artistes présentés ne se restreint pas forcément à un seul de ces groupes : certaines œuvres possèdent des caractéristiques

communes à plusieurs catégories et la classification des œuvres d'un artiste peut varier au fil de sa production artistique.

## **1.1 BRÈVE DÉFINITION**

Les termes « économies imaginaires » ont été définis par Olav Velthuis, historien de l'art et économiste néerlandais. Cette expression englobe les pratiques artistiques dont le principal propos, ou encore les fondements sont basés sur l'économie. Quant à savoir si l'économie est véritable ou imaginée, cela varie selon les œuvres et les artistes. Velthuis insiste sur l'idée que de plus en plus d'artistes s'intéressent à différentes facettes de l'économie ; l'argent devient alors plus qu'une ressource essentielle à l'artiste pour sa création, puisqu'il est maintenant source d'inspiration de sa production et, souvent, l'objet de son analyse critique.

Bien que plusieurs artistes s'inspirent de l'argent et du commerce dans leur pratique artistique, ils les abordent de manière différente. Parfois, on retrouve des références monétaires dans l'aspect formel des œuvres, quand l'art reprend les codes visuels des modèles économiques ou encore lorsque l'économie entre dans le processus de création des œuvres. Dans d'autres cas, les artistes se posent comme critiques de certains modèles ou courants économiques. Les économies imaginaires identifiées par Velthuis sont des formes artistiques qui présentent une option inédite aux connaissances économiques des experts. Plus qu'un outil de critique du monde économique, les économies imaginaires deviennent des sources d'information sur l'économie (Velthuis 2005a : 12). La pratique ciblée est donc moins une forme d'art particulière qu'une nouvelle vision économique offerte par certains artistes. Plus encore, la liberté acquise par les créateurs leur permet de concevoir l'économie d'une manière plus subjective et moins systématique que ne le font les experts, qui doivent, pour leur part, montrer une rigueur professionnelle (Velthuis 2005a : 12). L'approche visuelle adoptée par les artistes favorise la transmission de leurs idées et leur permet de proposer une nouvelle façon d'appréhender l'économie, en donnant la possibilité de communiquer au public des concepts élaborés et complexes, de manière détaillée et surtout nouvelle. Le partage d'information se réalise alors en traduisant ces concepts en expériences ou en images, qui seront alors saisies de

manière plus automatique par les spectateurs. L'art fait toutefois face à un inconvénient par sa nature même ; contrairement aux autres médias, il est nettement moins transmis que les autres, étant presque exclusivement diffusé dans le monde de l'art et reçu par des initiés (Velthuis 2005a : 13).

Olav Velthuis note plusieurs changements qui contribuent à l'émergence globalisée des économies imaginaires. En premier lieu, il pointe l'érosion des divisions entre les sphères de l'économie et de l'art. En deuxième lieu, l'économiste indique que les artistes agissent de plus en plus sur la sphère sociale et qu'ils ont pris conscience de leur importance, ainsi que de leur influence au centre comme en périphérie du monde artistique. En troisième lieu, Velthuis considère que le développement de l'art, par la chute de la suprématie de la peinture comme médium principal, aurait permis la naissance de nouvelles formes d'art, allant de la performance à l'art numérique (Velthuis 2005a : 23-25). Ainsi, nous aurions été témoins d'un contexte favorisant la création d'œuvres dans lesquelles les artistes s'expriment davantage sur l'économie. En quatrième lieu, Velthuis indique que l'art est lui-même devenu un secteur de l'économie et les œuvres, des vaisseaux d'investissement. En cinquième et dernier lieu, les diverses mutations survenues dans les structures économiques, avec l'économie postmoderne qui se développe autour de capitaux intellectuels, culturels et symboliques, auraient eu un effet sur la pratique artistique des créateurs ainsi que des créateurs sur l'économie (Velthuis 2005a : 26).

## **1.2 VARIATIONS SUR UN MÊME THÈME - L'ÉCONOMIE**

Les pratiques artistiques qui se classent sous la dénomination « économies imaginaires » sont nombreuses et variées. En effet, les formes d'art portant sur l'économie et le commerce se déploient dans de nombreuses voies qui sont ordonnées de manières différentes selon les historiens de l'art. Olav Velthuis classifie les différents genres de manière chronologique et dénote certaines tendances selon les périodes de production. L'économiste présente tout d'abord les formes d'économies imaginaires produites par des artistes qui ont conçu leurs propres économies et monnaies, au début du 20<sup>e</sup> siècle (Velthuis 2005a : 12). La première

catégorie regroupe les pratiques qui critiquent l'économie et aurait pris forme au cours des années 1970. Au tournant des années 1980, au moment où le commerce est généralement fort et où le monde de l'art est témoin d'un grand *boom* sur le marché, les artistes œuvrent alors à souscrire à l'économie dans leur pratique. Enfin, au cours des années 1990, les artistes témoignent du bouleversement culturel de l'économie, allant de pair avec des valeurs immatérielles (Velthuis 2005a : 14).

Katy Siegel, professeure d'histoire de l'art et Paul Mattick, professeur de philosophie s'intéressent eux aussi, sans se servir de l'expression « économies imaginaires », aux pratiques artistiques qui se mêlent à l'économie. Dans leur ouvrage imaginé à la manière d'une exposition, dans lequel chaque chapitre est conçu comme une salle, ils regroupent plutôt les œuvres selon les formes qu'elles prennent, la pratique des artistes ou encore selon les grands thèmes abordés. Les auteurs avancent l'idée que les questions concernant les artistes aujourd'hui sont souvent reliées au marché. Ils ont ainsi divisé les sujets qu'ils attribuent aux diverses pratiques qui s'intéressent à l'économie : les matériaux précieux, le crédit, la production, le magasin, la circulation, l'entreprise et l'alternative (Siegel et Mattick 2004).

De notre côté, nous pensons que la façon la plus appropriée de répertorier les économies imaginaires serait de les classer à travers un regroupement ordonné par les particularités des discours qu'elles tiennent face à l'économie. Quatre blocs émergent alors de cette logique. La première famille rassemblée sous le titre de *L'innovation* englobe ainsi les pratiques d'artistes qui cherchent à revitaliser les manières de penser et de faire le commerce de l'art en innovant. Le deuxième groupe, *Le regard critique*, relève des œuvres qui examinent les institutions du monde de l'art, en particulier celle du marché de l'art. La troisième classe regroupe les pratiques artistiques où l'économie se présente de manière plus superficielle, moins par ses concepts que par son iconographie, c'est pour cela que nous lui avons donné le nom de *La copie de l'iconographie monétaire*. Enfin, le dernier genre, que nous intituleons *La transposition*, rassemble les pratiques à caractère performatif, où les œuvres conçues comme des écosystèmes économiques miment et recréent, souvent par le biais de détournements, le commerce et les marchés mondiaux. Pour chacune de ces catégories, nous avons ciblé et isolé

quelques figures de proue et les artistes qui, selon nous, illustrent le mieux les réflexions qui caractérisent ces classes.

### **1.2.1 PREMIÈRE CATÉGORIE : *L'INNOVATION***

Les artistes ont longtemps été soumis aux pratiques commerciales du marché de l'art, elles-mêmes dérivées de la finance, et aux acheteurs de leurs œuvres. Vers le milieu du 20<sup>e</sup> siècle par contre, les créateurs ont souhaité prendre de plus en plus de contrôle sur la marchandisation de leurs œuvres, en posant non seulement des conditions d'échange, mais en inventant de nouvelles méthodes de vente. Ainsi, plutôt que de soumettre la diffusion de l'art aux préceptes dictés par les systèmes économiques préexistants, ce sont plutôt les artistes qui créent de nouvelles normes économiques assujetties à la nature de leurs œuvres. En effet, ces artistes tendent à inverser l'ordre habituel des choses voulant que l'art soit soumis au service de l'économie, en subjuguant plutôt l'économie afin qu'elle se subordonne aux spécificités de l'art. Pour parvenir à assujettir le marché à l'art, les méthodes et les principes traditionnels de l'institution économique doivent être révisés et pliés aux conditions de l'art. De plus, nous remarquons que ces pionniers, bien qu'ils renient les pratiques conservatrices financières, élaborent des économies imaginaires qui reviennent à la valeur étalon conservatrice de l'or dans leurs échanges et dans leur art. Ainsi, cette catégorie se démarque par la prise de contrôle des artistes sur l'économie, qui imaginent et élaborent de nouveaux procédés économiques, qui sont soumis à leurs œuvres et à l'art en général.

Un exemple notable et précurseur du créateur qui soumet l'économie à sa production artistique est Yves Klein. L'artiste parisien est principalement connu pour ses anthropométries et pour ses monochromes bleus dont il brevète la couleur sous le nom IKB. C'est toutefois la dimension conceptuelle de sa production que nous tenons à souligner dans le cadre de cette recherche. En effet, Klein s'intéresse très tôt à la marchandisation de ses œuvres et décide d'établir des prix différents pour tous ses monochromes, faisant fi de la règle du marché de l'art stipulant que des œuvres visuellement similaires et de même format soient vendues au même prix. Au cours de l'exposition *Epoca blu* présentée à la galerie Apollinaire de Milan en

1957, ses monochromes de couleur bleue IKB, formule de couleur parfaitement uniforme appliquée sans démarcation sur des toiles de même format sont donc proposées à des prix différents (Musso 2010 : 23). En effet, Klein prétend qu'une valeur artistique et non picturale réside dans ces œuvres en apparence identiques (Riout 2004 : 14). L'artiste réussit son pari qui consiste à affirmer que la valeur des œuvres réside dans une sensibilité unique, puisque les collectionneurs acceptent de payer les prix affichés pour ces œuvres (Riout 2004 : 15).

Cette valeur artistique que le créateur nomme sensibilité est au cœur de sa production surnommée « Vide ». C'est plutôt sous le nom de *Sensibilité picturale immatérielle* que l'artiste désigne ses œuvres invisibles et intangibles (figure 1). En créant des *Zones de sensibilité picturale immatérielle*, Klein pousse le commerce de l'art et ses incohérences plus loin que jamais auparavant, en monnayant l'impalpable et l'insaisissable. Ces *Zones* sont des aires indéfinies et pures de vide que l'artiste échange contre un certain poids d'or et constituent l'étape ultime de l'artiste vers sa quête de la dématérialisation de l'œuvre. Pour échanger un bien aussi insolite que le « Vide », l'artiste met au point une façon originale de procéder à la vente ainsi qu'à l'attribution des prix de ses œuvres. Ainsi, il crée un rituel de cession qu'il accompagne d'un guide énumérant des règles importantes à respecter afin de préserver le caractère spirituel des *Zones* (Riout 2004 : 102).

En vertu de ces règles, l'artiste refuse toute transaction réalisée par le moyen de devises communes, mais exige plutôt que le paiement soit réalisé avec de l'or pur. En effet, Yves Klein privilégie l'or, une valeur financière qualifiée de « naturelle », que l'on trouve dans la nature, à la monnaie dont la valeur, artificielle, est déterminée par la société. Sophie Cras explique justement que « lorsque l'artiste réclame de l'or contre ses œuvres, ce n'est pas seulement en tant que valeur pécuniaire archaïque, mais c'est en tant que matériau possédant une certaine valeur intrinsèque, et qui est donc susceptible d'un troc » (Cras 2010). Plus encore, Klein stipule que pour être légitimement propriétaires d'une zone de vide stabilisée, les acquéreurs doivent détruire le reçu émis lors de la vente initiale, c'est-à-dire la seule preuve issue de l'achat de l'œuvre. En échange de cela, l'artiste s'engage à verser la moitié de l'or reçu dans un lieu naturel où il sera impossible à récupérer. Klein organise alors des séances de cession des *Zones* où il officialise l'échange du vide et le retour de l'or à la nature. Ces événements



doivent être réalisés devant plusieurs témoins issus du monde de l'art et de la finance et sont fréquemment immortalisés par des photographes (figure 2). La mémoire collective et ses traces pérennes deviennent alors les seules dépositaires des échanges et des rituels. À partir de ce moment seulement, la *Zone* peut appartenir « de manière absolue et intrinsèque à l'acquéreur » (Riout 2004 : 102). De surcroît, en plus de réglementer la vente des « Vides », Klein prend en charge la revente de ses œuvres et décrète que toute *Zone de sensibilité picturale* revendue devra l'être pour le double du poids en or de la précédente vente (Riout 2004 : 99).

Marcel Broodthaers, un contemporain d'Yves Klein, élabore lui aussi une production où l'art prend une place prépondérante sur l'argent, dans une critique des institutions muséale et financière. L'artiste belge s'approprie les codes institutionnels dans un vaste projet d'installation qu'il intitule *Musée d'Art Moderne, Département des aigles*. Broodthaers y expose entre autres des lingots d'or estampillés avec l'insigne de son institution (figure 3). L'artiste détermine que la valeur de ces lingots qui, grâce à son action d'artiste, mais surtout celle de l'institution muséale, sont désormais objets d'art, sera du double du prix courant de l'or sur les marchés boursiers au moment de leur vente (Uzel 2012 : 18). Similairement, les boîtes de conserve emplies d'excréments de l'artiste italien Piero Manzoni (figure 4), elles aussi réalisées au cours des années 1960, devaient, selon leur poids, être vendues au prix coutant de l'or sur les marchés (Miller 2007).

Cette prise en charge par un artiste de la marchandisation de ses propres œuvres existe toujours à notre époque. Le cas le plus notable de ce phénomène est sans nul doute celui de Damien Hirst. L'artiste britannique est devenu populaire grâce à son association au groupe des Young British Artists (YBA) appuyé par de grands collectionneurs, dont Charles Saatchi. Hirst décide, en 2008<sup>2</sup>, de bouleverser l'ordre du système marchand en art. L'artiste fait fi des convenances en ignorant la structure habituelle de vente : il propose directement ses œuvres sur le marché des enchères (Bevan et Thornton 2008 : 31). Alors que les règles stipulent qu'il faut tout d'abord qu'un artiste s'affilie à une galerie qui procède ensuite à la vente des œuvres, avant que celles-ci soient proposées, par son propriétaire actuel, aux enchères, Hirst prend le

---

<sup>2</sup> La vente a été réalisée à un moment où le marché connaît un sommet historique. Toutefois, peu de temps après la vente, le marché sombre dans un court, mais intense krach (Artprice : 2009) (figure 33).

contrôle de son propre marché. Il choisit d'agir en agent libre et de présenter 224 nouvelles œuvres à la maison de vente Sotheby's, au cours d'une exposition qu'il intitule *Beautiful Inside My Head Forever* (Hirst 2008) (figure 5). Ses œuvres réalisées avec des matériaux onéreux tels l'or ou le diamant atteignent, à l'époque, des sommets inégalés de vente, pour un artiste vivant. Cité dans le catalogue de vente, Hirst insiste sur l'idée qu'il aurait réalisé cette vente dans un but de démocratisation du marché de l'art (Burn 2008 : 17). Ce qu'il réalise concrètement est une mutation du marché secondaire en marché primaire.

L'artiste québécois Nicolas Grenier a lui aussi cherché à réinventer, ou du moins à redéfinir, les règles du marché de l'art, à travers son projet *Le Temps de l'œuvre, le temps du travail* (2016) (figures 6 à 8). Avec la collaboration d'artistes qui ont accepté de soumettre leurs œuvres à cet exercice, Grenier propose un nouveau système de vente de l'art, dans lequel l'acheteur, plutôt que de déboursier une somme attribuée à une œuvre par le système marchand traditionnel, devra payer de son temps (Chagnon 2016). En effet, afin de se pourvoir d'une œuvre, l'acquéreur doit s'engager à s'isoler avec l'objet dans un cube installé par la Galerie Leonard & Bina Ellen, pendant la durée du temps qu'a voué l'artiste à sa réalisation. Cette unité de temps appelée « valeur temporelle d'échange » par Nicolas Grenier, peut être sectionnée en plusieurs sessions, mais doit être vécue en isolement, sans divertissement, outre des crayons et du papier, sur lequel le participant peut noter ses pensées et réflexions (Chagnon 2016). Cette documentation est ensuite donnée à l'artiste en échange de l'œuvre et permet de questionner les liens et les relations sociales et éthiques entre l'acheteur et le créateur en art, en plus d'inverser les rôles entre le regardeur et le regardé, puisque c'est, pour un bref instant, le collectionneur qui se fait exposer (Chagnon 2016).

Ainsi, les économies imaginaires répertoriées dans cette première section sont celles où les artistes révolutionnent la manière de concevoir et de performer le commerce, en particulier celui de leurs propres œuvres. Les créations, mais surtout les nouvelles exigences spécifiques des artistes quant à la marchandisation de leur art se veulent une option qui se distingue du système économique contemporain. Ce jeu avec l'économie se retrouve dans leurs œuvres, puisque les artistes usent de leur imagination, parfois avec (auto)dérision, pour plier les concepts marchands à leurs désirs. Cette innovation transparaît également dans la vente de

leurs œuvres. Les artistes choisissent alors de s'y impliquer personnellement, en inventant une manière nouvelle de faire du commerce. En effet, ces artistes prennent dorénavant le contrôle du *modus operandi* entourant la marchandisation de leur production, en se substituant subséquemment aux grandes institutions ou à leur galeriste.

### **1.2.2 DEUXIÈME CATÉGORIE : *LE REGARD CRITIQUE***

La seconde catégorie d'économies imaginaires découle de la critique institutionnelle, courant artistique qui se développe à la fin des années 1960 et auquel certains artistes actuels se rattachent toujours, au moment où les artistes prennent conscience que l'art, bien que pensé de manière idéaliste comme autonome, court le risque d'être exploité à des fins économiques ou encore instrumentalisé par les institutions (Fraser 2006 : 306). Ces pratiques artistiques opèrent une remise en question des codes et des relations de pouvoir entretenus par les institutions, non seulement avec l'objectif de mettre à jour les codes et de réfléchir sur la place que ces institutions occupent, mais aussi d'en faire des cibles d'attention propres à éveiller l'esprit critique des spectateurs. Ces artistes qui réfléchissent ou réagissent à la réification de l'art cherchent donc des solutions nouvelles pour protéger leur art de cette appropriation. L'une des solutions qu'ils appliquent est de se détourner des objets créés dans les ateliers (Fraser 2006 : 307). Ainsi, les œuvres réalisées sont fréquemment immatérielles ; il peut s'agir soit de performances, soit parfois d'installations spécifiques au lieu d'exposition<sup>3</sup> qui ne seront pas reproductibles sauf dans le cas où l'artiste donne son accord. Par conséquent, ces productions sont difficilement récupérables par le marché et, du fait qu'elles abordent et dénoncent les travers des institutions, peu sujettes à être exploitées par les instances de pouvoir. Dans notre classification des économies imaginaires, nous nous penchons davantage sur une critique institutionnelle orientée vers le marché de l'art et ses grands acteurs.

Andrea Fraser, figure emblématique du courant de la critique institutionnelle se penche sur divers aspects et institutions régissant le monde de l'art : parfois le musée ou alors la galerie marchande et même les artistes. Les œuvres de l'artiste portent fréquemment un regard sur

---

<sup>3</sup>Retrouvé dans les textes sous les termes « *site specific* » (Fraser 2006).

l'art et ses relations économiques et institutionnelles et sont réalisées à travers un filtre humoristique, provocateur et souvent autocritique (Hunt 2004 : 6). À l'automne 2002, Andrea Fraser propose par le biais d'un de ses galeristes new-yorkais, Friedrich Petzel, d'organiser le financement de sa prochaine œuvre, *Untitled*, avec la participation financière et active d'un collectionneur privé (Hunt 2004 : 7-8). Le résultat est un film silencieux, sans montage, d'une durée de 60 minutes, qui met en scène une relation sexuelle dans une chambre d'hôtel, dans laquelle l'artiste donne rendez-vous à l'acquéreur de l'œuvre, qui reste encore à ce jour anonyme.

En conversation avec Andrew Hunt pour la revue *Untitled : A Review of Contemporary Art*, Andrea Fraser affirme qu'à travers cette pièce, elle cherche à transmettre l'idée que les règles que peuvent transgresser les artistes dépendent des conditions institutionnelles du milieu, puisque les créateurs restent toujours soumis aux désirs et au pouvoir économique des institutions et des mécènes (Hunt 2004 : 8). Plus encore, l'œuvre *Untitled* met en scène la réification du travail, mais également des artistes eux-mêmes. En 2013, lors de la rétrospective dédiée à Andrea Fraser au Musée Ludwig, l'œuvre est présentée dans deux salles distinctes. Dans la première pièce, la vidéo est projetée sur un petit écran, sans son, alors que dans la salle attenante, un haut-parleur émet la trame sonore retranchée de la vidéo, invisible ici. La scission de l'œuvre permet à Fraser d'illustrer la dialectique entre la spectacularisation entourant la figure de l'artiste qui, dans le cas présent, se met en scène et la banalité des transactions sur le marché de l'art (Rottmann 2013 : 229).

Lorsqu'il est question de critique institutionnelle, une des œuvres les plus souvent citées est *Shapolsky et al. Manhattan Real Estate Holdings, A Real Time Social System, as of May 1, 1971* réalisée par Hans Haacke en 1971 (figure 9). Cette installation conçue par l'artiste américain natif d'Allemagne illustre une enquête sur les activités immobilières discutables d'un riche New-Yorkais, propriétaire d'immeubles à logements. L'œuvre devait être présentée au Musée Guggenheim de New York, mais le directeur du musée a annulé la manifestation avant l'ouverture, ce qui a entraîné une polémique et des spéculations autour de Harry Shapolsky, le magnat de l'immobilier visé par l'œuvre, qui financerait le musée (Gallet 2014). Fort de cette controverse, Haacke réalise trois ans plus tard un projet intitulé *Solomon R.*

*Guggenheim Board of Trustees*, qui se penche cette fois-ci sur le véritable conseil d'administration du musée. Toujours actif aujourd'hui, Haacke a été invité à proposer une œuvre pour le concours de la Quatrième Plinthe au Trafalgar Square de Londres, en 2015. Sa sculpture qui fut choisie et hissée au sommet du socle est intitulée *Gift Horse* (figure 10). L'œuvre représente le squelette d'un cheval sans cavalier, une de ses pattes antérieures cérémonieusement relevée et ornée d'un ruban. Cette boucle est réalisée à partir d'un panneau de lumières DEL qui retransmettent en direct le prix des actions de la Bourse de Londres. La sculpture fait allusion à la tradition selon laquelle on immortalisait historiquement les grands souverains chevauchant leur monture sur ces piédestaux. Cité dans *Artforum*, l'artiste affirme que *Gift Horse* est un hommage au centre économique londonien, la Cité, considéré comme l'un des plus puissants paradis fiscaux. Plus encore, la juxtaposition du cheval émacié et des résultats financiers rappelle les tensions entre les excès de la Cité et l'austérité politique (O'Neill-Butler 2015).

L'artiste montréalais David Tomas, dont nous analyserons le travail plus en détail à la fin de ce chapitre, représente lui aussi une facette de la critique institutionnelle. Dans son exposition *Proposé aux enchères* (figures 11 à 16), il dévoile les dessous des ventes aux enchères et les paradoxes qui se retrouvent dans certaines de leurs ventes. Plus encore, il s'approprie les fiches de catalogues d'œuvres vendues dans ces grandes maisons de vente aux enchères.

Cette seconde catégorie regroupe donc les œuvres qui réagissent aux institutions influentes muséales ou marchandes en art, que ce soit par la critique ou encore par la remise en question et le dévoilement de leurs pratiques, aux plans éthique et commercial.

### **1.2.3 TROISIÈME CATÉGORIE : LA COPIE DE L'ICONOGRAPHIE MONÉTAIRE**

Plusieurs artistes proposent une insertion généralement plus ludique de l'économie dans leur production. Ces créateurs s'inspirent d'un visuel emprunté à différentes sphères du marché ou de la monnaie, pour ensuite l'intégrer à l'iconographie de leurs œuvres.

Olav Velthuis désigne par « Money Art » cette tendance de certains artistes à se servir de l'argent papier dans leurs œuvres. L'auteur explique que cette pratique coïncide avec l'arrivée du papier-monnaie, puis réapparaît lors d'une nouvelle vague dans les années 1960. C'est justement au cours de ces années que l'artiste américain Andy Warhol produit de nombreuses sérigraphies représentant la monnaie américaine ou encore le signe de dollar (Velthuis 2005a : 27). On note également différentes phases d'utilisation de la monnaie dans l'art. Au départ, si les artistes se contentent de reproduire fidèlement la monnaie dans leurs œuvres, certains préfèrent pour leur part utiliser les billets et les pièces comme matériaux dans leurs projets, alors que d'autres s'inspirent des notes en circulation pour créer leurs propres billets, en allant même jusqu'à inventer de nouveaux systèmes monétaires (Velthuis 2005a : 30). Un des facteurs influents qui aurait mené les artistes à s'approprier les billets serait la production de masse de la monnaie et sa standardisation, à la fin des années 1920 aux États-Unis, ainsi que la seconde vague d'uniformisation des devises, lors de l'établissement de l'Euro sous sa forme fiduciaire, au début du 21<sup>e</sup> siècle. Puisque la création d'une monnaie centralisée mène de facto à la disparition de plusieurs autres devises, certains artistes auraient choisi de réagir à cette extinction en créant de nouvelles valeurs et de nouveaux billets (Velthuis 2005a : 34-35).

À mi-chemin entre la catégorie *La copie de l'iconographie monétaire* et la catégorie *Le regard critique*, les œuvres du triptyque *Provenance* réalisé par l'artiste américaine Amie Siegel reprennent le visuel des catalogues de vente aux enchères et documentent la vente d'une œuvre de l'artiste à la maison Christie's (figures 17 et 18). En même temps, sa vidéo *Provenance* (figure 19) qui retrace le voyage de meubles indiens communs vers les résidences luxueuses occidentales réfléchit aux conséquences du marché de l'art sur la circulation d'objets étrangers.

L'aspect symbolique de la monnaie touche aussi les artistes. En effet, l'argent est souvent associé au nationalisme et les artistes usent des représentations de devises pour critiquer divers aspects politiques (Velthuis 2005a : 35). Les représentations peuvent être directes, comme les portraits, ou encore indirectes, en renvoyant au gouvernement. Un cas de figure est celui de l'artiste montréalais Mathieu Beauséjour, qui utilise fréquemment la monnaie et son iconographie dans le but de se pencher sur des sujets connexes comme la politique et le

pouvoir symbolique de l'argent, ainsi que sur ses propriétés visuelles (Roy 2015 : 49). L'artiste est en effet connu pour ses interventions, entre 1991 et 1999, sur les billets de banque, sur lesquels il tamponne le slogan « Survival Virus de Survie » (Pelletier 2015 : 38) (figure 20). Métaphore des maladies qui se propagent, la circulation de masse de ces billets à travers le pays impose à tous le hasard de tomber sur une coupure infectée. Ainsi, ce projet rapproche l'argent d'une infection qui parasite l'humain (Mavrikakis 2005). En 2008, Beauséjour réitère ses expériences avec la monnaie et crée une série qu'il intitule *Kings and Queens of Québec* (figures 21 à 23), pour laquelle il réalise des impressions au jet d'encre de portraits de profil des représentants de la monarchie, tels ceux que l'on retrouve sur les deniers. De la sorte, l'artiste examine les questions reliées à l'identité québécoise et ses représentants politiques, en plus d'alimenter les réflexions sur les liens qui unissent l'argent et le pouvoir (Vandewynckele 2014). L'artiste énonce en effet que « l'argent est beau tout en étant porteur de certaines inégalités et de jeux d'autorité » (Vandewynckele 2014).

Moridja Kitenge est un jeune artiste congolais qui intègre les questions de la mémoire collective à travers des contextes sociaux, politiques et économiques dans sa pratique artistique. Il présentait, au printemps 2015, une exposition intitulée *Banque du Canada* (figures 24 et 25) à la galerie Joyce Yahouda. Dans cette exposition, l'artiste reproduit en format géant les billets de banque canadiens en remplaçant les portraits originaux par ceux de grands oubliés de l'Histoire (Beaudoin 2015). En effet, l'artiste note les lacunes quant à la représentation des femmes et des autochtones sur les billets de banque et conséquemment dans le patrimoine et l'Histoire canadienne. Comme il l'indique ici, l'artiste cherche à démontrer que l'imagerie utilisée par les pays est issue de choix qui dissimulent une idéologie politique bien présente :

Le dessin d'un billet peut contenir divers messages en dehors des renseignements pratiques sur sa valeur et sa provenance. Certains de ces messages sont explicites. Les légendes et les inscriptions figurant sur les pièces et les billets de banque nous révèlent souvent des éléments de l'histoire du pays. (Kitenge cité par Beaudoin 2015)

Contrairement à Beauséjour qui cherche à alimenter les réflexions entourant la circulation de la monnaie et son pouvoir politique, Kitenge tente plutôt de détourner l'iconographie de la monnaie canadienne et par le fait même sa mémoire, afin de faire ressurgir des questions historiques et politiques plus globales.

L'un comme l'autre, ces deux derniers artistes usent des représentations iconographiques de la monnaie afin de réfléchir aux questions politiques qui peuvent naître lorsque l'on s'attarde aux décisions entourant leur conception visuelle. Ainsi, cette catégorie d'économies imaginaires ne se penche pas exclusivement sur l'argent, mais se sert plutôt de la représentation de la monnaie pour nourrir diverses réflexions connexes.

#### **1.2.4 QUATRIÈME CATÉGORIE : *LA TRANSPOSITION***

La dernière catégorie d'économies imaginaires que nous avons circonscrite rassemble les œuvres qui reprennent des concepts économiques extérieurs au monde de l'art pour les transposer dans le milieu artistique. Pour réaliser ces œuvres, les artistes emploient souvent la parodie, en calquant les conventions et les formules économiques. Ainsi, ces artistes optent pour réfléchir le monde financier de manière nouvelle, en le transformant et en l'interprétant comme une œuvre d'art, quitte à se servir des tropes de l'économie pour y insérer une dimension étrangère au commerce. Cette transposition peut se matérialiser sous la forme de la performance, mais peut aussi se rapprocher de la catégorie précédente, la copie des représentations iconographiques monétaires. Ce qui distingue ces deux dernières classes est que d'un côté, la copie s'intéresse à l'iconographie et l'apparence que prend l'économie en reprenant sa forme, alors que de la seconde traduit les concepts économiques élaborés dans un monde qui leur est étranger, en s'en inspirant, sans les copier, afin de les repenser. Certains artistes, par exemple, créent des industries artistiques à des fins commerciales réelles ou encore de manière parodique (Velthuis 2012 : 19). C'est le cas d'Andy Warhol et de Damien Hirst, présentés plus tôt, qui conçoivent des méthodes de production d'œuvres à la chaîne, que Warhol surnomme justement *Factory*. À la manière d'une PME, Hirst emploie une centaine d'employés et produit un volume d'œuvres selon les fluctuations du marché boursier (Dagenais 2009 : 20-21). L'artiste japonais Takashi Murakami travaille quant à lui avec un atelier qu'il supervise au doigt et à l'œil ; il est connu pour ses œuvres « cartoonesques », qui reprennent des motifs de la culture commerciale contemporaine. En 2000 et 2015, il collabore avec la compagnie Louis Vuitton, en produisant des motifs pour leurs sacs et en repiquant leur effigie sur ses toiles (Thornton 2009) (figures 26 et 27).



Alors que les artistes mentionnés appliquent le modèle capitaliste dans la production de leurs œuvres d'art à des fins lucratives, pour certains créateurs, la réplique des modèles économiques constitue l'œuvre en soi. Goldin+Senneby est un duo d'artistes suédois qui se penche fréquemment sur l'économie dans sa pratique. En 2014, le collectif présente à la galerie montréalaise SBC une œuvre intitulée *M&A*, qui tourne autour de l'alchimie (figures 28 et 29). Dans ce projet théâtral créé pour la première fois en 2013 à Auckland, les artistes font appel au banquier new-yorkais Paul Leong, spécialisé en investissement, afin qu'il crée un algorithme servant à investir le budget de production de la performance. Afin de s'interroger sur la fiction spéculative des finances globales (Vali 2014), les artistes introduisent la spéculation dans l'exposition même, en modulant la durée de la performance et de l'exposition selon la somme accumulée en bourse. En effet, le contrat de l'acteur engagé pour interpréter l'œuvre prend fin lorsque le budget investi est épuisé (SBC 2014). Le projet de Goldin+Senneby est de réactualiser l'entreprise véridique de l'alchimiste August Nordenskiöld, qui consistait à trouver la Pierre philosophale qui lui aurait permis de produire de l'or. La réussite de ce procédé aurait entraîné une dépréciation de l'or comme valeur refuge. Ainsi, les artistes établissent un parallèle entre cette dévaluation et celle de la valeur symbolique de l'argent (SBC 2014).

En 2010, les artistes mettent en vente l'œuvre *Fiction on Auction* à la maison d'enchères Christie's de Londres. Les conditions de cette vente stipulent que l'acheteur du lot devient un des protagonistes du roman fictif à paraître *Looking for Headless*, qui relate l'histoire de deux artistes, Simon Goldin et Jakob Senneby, qui enquêtent sur une société secrète avec des comptes « offshore » dans les Bahamas (Thornton 2010).

Les artistes ne se confinent pas à une seule catégorie d'économie imaginaire, puisque, comme Richard Ibghy and Marilou Lemmens, artistes installés à Montréal, ils proposent des projets qui peuvent être classés dans plusieurs genres. Ainsi, l'œuvre *The Prophets* (2013- en cours) (figure 30) qu'ils présentent au Musée d'art contemporain de Montréal lors de la Biennale de Montréal 2014 ferait plutôt partie de la catégorie *La copie de l'iconographie monétaire*, puisqu'ils reprennent avec exactitude la forme de graphiques économiques tirés de manuels scolaires, qu'ils reproduisent à l'aide de différents matériaux. Dans ce cas précis, les artistes

s'intéressent surtout aux caractéristiques formelles et physiques afin de mieux appréhender la manière dont les théories économiques représentent le monde (Leblanc 2016). En représentant avec des matériaux quotidiens des modèles économiques abstraits variés, les artistes tentent de présenter un panorama de la pensée économique (Ibghy et Lemmens 2013). Toutefois, leur œuvre *Supply and Demand for Immortality* (figure 31) présentée à la 10<sup>e</sup> Biennale de Sharjah aux Émirats arabes unis reprend également la forme du graphique de l'offre et de la demande, mais le transpose en y intégrant une dimension hors de l'économie, ici l'immortalité (Ibghy et Lemmens 2013).

Dans cette catégorie qui rappelle le théâtre, les artistes jouent avec le scénario de l'économie. En effet, cette dernière classe rassemble des artistes qui reprennent des concepts économiques en périphérie du monde de l'art et les rapprochent, soit par la performance ou l'esthétisation, du monde dans lequel ils évoluent.

### **1.3 CORPUS : PROPOSÉ AUX ENCHÈRES ET PROVENANCE**

Afin de développer notre propos de manière plus approfondie, nous avons choisi d'isoler deux pratiques artistiques du genre économies imaginaires qui s'intéressent particulièrement au marché de l'art et non pas uniquement à l'économie de manière générale. Les œuvres de ces deux artistes sont des pratiques exemplaires de ce que nous définissons par économies imaginaires. Plus encore, ces œuvres complexes travaillent la question du marché sur plusieurs plans.

#### **1.3.1 DAVID TOMAS, *PROPOSÉ AUX ENCHÈRES*, ARTEXTE**

Né à Montréal en 1950, David Tomas est un artiste multidisciplinaire ainsi qu'un anthropologue et un écrivain. Tomas commence sa formation par des études en peinture et obtient, en 1973, son diplôme de la City and Guilds of London Art School. Son intérêt pour l'art multimédia se développe au cours de ses études supérieures réalisées à l'Université

Concordia avant que ses recherches s'orientent vers la sociopolitique et l'anthropologie. Cette formation parallèle deviendra par la suite une grande source d'inspiration pour sa création artistique (UQAM s.d.). En effet, Tomas exerce une pratique artistique variée, alliant politique, sociologie et critique institutionnelle à des médiums allant de la photographie à la vidéo, dessins, œuvres audio en passant par les installations. Orientée autour de la nature et de la fonction du savoir, sa pratique artistique tourne fréquemment autour de questions sur l'art et plus particulièrement sur ses tensions avec les autres disciplines, notamment l'économie.

Ce sont deux volets d'exposition qui sont montés par David Tomas à la galerie du centre de documentation Artexte à l'automne 2013 et à l'hiver 2014. *Proposé aux enchères* présente un survol du marché de l'art et plus particulièrement des œuvres qui entrent en relation avec cette institution et ses maisons de vente. À mi-chemin entre exposition et démonstration didactique, l'exposition est accompagnée d'un *Guide de l'utilisateur* (annexe 1) étoffé rédigé par l'artiste, qui regroupe non seulement des informations sur les œuvres exposées, mais aussi sur les principes qui régissent le thème de l'exposition : le marché de l'art. En effet, le guide est la principale médiation qui présente à la fois un bref historique du marché de l'art et des ventes aux enchères en plus de proposer la position de l'artiste comme option divergente aux connaissances théoriques de l'économie artistique. En plaçant ainsi en retrait l'information, le visiteur peut consulter à sa guise les annotations, qu'il tient à portée de main.

Les œuvres de *Proposé aux enchères* sont répandues non seulement dans l'espace de type « cube blanc<sup>4</sup> » traditionnellement réservé aux expositions, mais également en périphérie. Le visiteur est effectivement plongé dans l'univers de David Tomas dès son entrée dans la galerie, où l'œuvre qui déclenche le parcours se retrouve derrière le bureau de la réception. Elle se déploie ensuite sur les murs ainsi qu'au sol de l'espace d'exposition habituel pour ensuite se prolonger sur le mur attenant où une vitrine met en évidence une œuvre en relation avec le marché, ainsi que les traces de sa vente (figures 11 et 12). Les deux volets de l'exposition de Tomas se concluent au-delà du système de stockage mobile du centre de documentation, dans la salle réservée à la recherche (figures 15 et 16). Dans cette salle

---

<sup>4</sup> Espace se voulant neutre, que l'on retrouve fréquemment dans les galeries et les musées et dans lequel sont accrochées des œuvres d'art. Les murs de ces « *white cubes* » sont peints en blanc, de manière à nier toute référence avec le monde extérieur (O'Doherty 1999 : 15).

adjacente, se trouvent la collection personnelle des catalogues de vente aux enchères de la maison Phillips de Pury de l'artiste ainsi que ses ouvrages portant sur le marché de l'art. De plus, sur les tables, on retrouve des cartels explicatifs d'œuvres qui ont une réputation particulière dans l'histoire des ventes aux enchères d'art contemporain. Dans la salle de documentation, on retrouve une vitrine où sont montrées des archives de la vente historique *Beautiful Inside My Head Forever* de Damien Hirst, première exposition exclusivement mise en vente dans une maison de vente aux enchères, comme mentionné précédemment dans ce chapitre. Cette exposition fut une première dans le monde de l'art, où les encans font habituellement partie du marché secondaire de la revente<sup>5</sup>. Les tables de cette salle sont aussi garnies de cartels repiqués du catalogue de cette vente historique.

Les œuvres qui composent l'exposition de l'artiste sont variées. Tomas insiste pour présenter sous une grande diversité de médiums, le plus grand nombre de facettes possibles du marché de l'art. On retrouve dans *Proposé aux enchères* une majorité d'impressions au laser de pages web, réalisées sur papier ou encore sur toiles montées. En effet, Tomas reproduit les pages de catalogues de vente aux enchères électroniques d'œuvres particulières. Ces archives sont des mines de renseignements non seulement sur les œuvres proposées et leur vente, puisqu'elles incluent les informations générales de la fiche technique à sa provenance, mais également un texte de présentation rédigé par un spécialiste. Plus encore, on retrouve l'estimation de la valeur de l'œuvre et, uniquement dans les catalogues électroniques puisqu'ils sont mis à jour après la vente, le prix total atteint au moment du coup de maillet. Dans cette même salle où sont présentées les impressions des catalogues de maisons de vente, Tomas immerge son spectateur dans le monde des enchères en intégrant une capsule sonore. Dans cet extrait, le spectateur est témoin de la vente d'une œuvre de la vente aux enchères Christie's de laquelle sont tirés les mêmes lots qui sont reproduits chez Arttexte.

Par les reproductions d'archives de vente naît une opposition entre la documentation des œuvres créées expressément pour le marché et certaines œuvres conceptuelles ou encore issues du courant critique de l'*arte povera*, qui défient la consommation culturelle en utilisant

---

<sup>5</sup> En effet, comme nous l'élaborerons dans le chapitre suivant, selon le processus traditionnel les artistes doivent tout d'abord exposer chez un galeriste et par la suite, quand les collectionneurs souhaitent revendre leurs œuvres, ils se tournent soit vers une galerie, soit encore vers les maisons de vente.

régulièrement des matériaux non nobles, ou encore en réalisant des œuvres éphémères ou iconoclastes (Fabiani 2002 : 81). Tomas porte également une grande attention au paradoxe qui survient lors de la vente des œuvres de Carl Andre. La production de l'artiste américain qui se servait de matériaux industriels et techniquement sans valeur, a été vendue pour des sommes astronomiques. En effet, Tomas affiche au mur de la galerie des reproductions du catalogue de Christie's où sont indiqués l'estimation de la valeur ainsi que le prix obtenu pour un des fameux « *square* » d'Andre. De ce fait, les deux volets montrent une œuvre similaire importante, au centre de la salle d'exposition, étendue à même le sol (figures 13 et 14). Ces œuvres de Tomas reproduisent le modèle des célèbres carrés en damier de Carl Andre, réalisés à l'aide de matériaux « pauvres ». Cette fois, les carrés sont repris par une impression au jet d'encre sur papier marouflé, dans les teintes de vert et de rose, respectivement les couleurs des billets de banque américains et du papier sur lequel est imprimé le célèbre journal économique *Financial Times*. L'œuvre qu'il présente lors du premier volet est intitulée *Lot 508*. Sur ce damier, Tomas a imprimé la page du catalogue électronique de la vente aux enchères à la société Christie's<sup>6</sup> où l'œuvre *Steel-Lead Alloy Square*, un échiquier de Carl Andre, a été vendue. On peut y lire les informations essentielles de tout catalogue de vente, soit la fiche d'identification de l'œuvre, sa provenance ainsi que l'estimation de valeur et le prix obtenu lors de l'encan. *Lot 508* propose ainsi une mise en abîme habilement imaginée par Tomas : une reproduction de l'œuvre de Carl Andre ainsi que sa fiche de vente sont imprimées sur un carré rappelant sa propre composition. Pour l'œuvre *My work doesn't mean a damn thing* présentée lors du second volet, Tomas a imprimé sur un le même modèle d'échiquier, un article paru dans le quotidien économique auquel la couleur rosée des carreaux fait référence. Le titre de l'œuvre est tiré de la manchette d'un article qui reprend une réflexion de Andre sur son travail au sujet duquel l'artiste disait que le public devrait se réfréner de chercher des significations à ses sculptures (Belcove 2013). L'œuvre de Tomas tente ainsi de mettre en conflit les montants obtenus pour les œuvres minimalistes de l'artiste américain.

À l'extérieur de la salle d'exposition, dans le corridor longeant le mur qui divise l'espace galerie et les archives, Tomas a installé une vitrine. Dans ce présentoir est exposée *People who*

---

<sup>6</sup> Vente *Selected Works from The Collection of Anton & Annick Herbert for the Benefit of The Herbert Foundation*, organisée en novembre 2011 par Christie's New York.

*expressed interest in this work also bid on the following* <sup>7</sup> (figure 32), une œuvre de Louise Lawler accompagnée par une lettre d'authenticité rédigée par l'artiste américaine. Cette impression sur papier de Lawler qui présente la liste des œuvres sur lesquelles son acheteur mise, a été présentée dans une exposition-vente intitulée *Two in One*. Par ailleurs, par sa réflexion sur les enchères, l'œuvre est elle-même une économie imaginaire. Pour compléter la première partie de l'exposition, Tomas affiche une impression d'un article de journal relatant la grève des employés de Sotheby's, qu'il accompagne par une boîte de transport d'œuvres déposée au sol.

C'est en partie pour pallier les lacunes du centre de recherche que Tomas, dans une perspective didactique, a décidé de proposer une exposition sous le thème du marché de l'art. En effet, les catalogues de vente et les ressources qui traitent du marché de l'art et de son importance dans le champ de l'art contemporain manquaient à la collection du centre voué au rayonnement de l'art contemporain et du matériel documentaire qui en découle (Artexte 2016). C'est ce qui explique la suite de la manifestation de Tomas dans la salle de documentation et de travail de recherche du centre. On retrouve à cet endroit des documents de références issus de la collection personnelle de l'artiste, où plusieurs ouvrages sur le marché de l'art sont présentés, en plus du dossier personnel de l'artiste, habituellement sur les rayons du centre d'archives. Tomas propose aussi une série de catalogues d'enchères de la maison Philips de Pury.

Ainsi, l'exposition de David Tomas cherche à faire cohabiter l'art en harmonie avec son marché. Effectivement, Tomas ne fait pas qu'aborder le sujet des œuvres créées pour le marché ou la marchandisation d'œuvres originellement boudées par ce même marché, mais il conçoit son exposition même en suivant les principes des enchères. En effet, les deux volets de *Proposé aux enchères* sont conçus en reprenant la forme d'exposition de vente<sup>8</sup>, ce même type d'événement mis sur pied par les maisons de ventes, afin de présenter les œuvres qui seront par la suite mises aux enchères, puis achetées par les collectionneurs.

---

<sup>7</sup> Traduction libre du titre de l'œuvre : « Les gens qui ont montré un intérêt pour cette œuvre ont aussi misé sur ».

<sup>8</sup> Traduction libre du terme *selling exhibition*.

### 1.3.2 AMIE SIEGEL, *PROVENANCE*, METROPOLITAN MUSEUM

Amie Siegel est une artiste américaine née en 1974 à Chicago. Elle exerce une vaste pratique artistique qui se déploie de la photographie à la vidéo, aux installations vidéographiques en passant aussi par la réalisation de longs métrages pour le cinéma. En 1996 Siegel reçoit son diplôme du Bard College en beaux-arts, puis en 1999 elle termine sa maîtrise en arts à la réputée School of the Art Institute de Chicago.

En 2014, Amie Siegel présente une exposition au Metropolitan Museum de New York, dans laquelle elle regroupe trois œuvres qui composent l'ensemble intitulé *Provenance*. Les trois œuvres, deux vidéos et une impression laser au jet d'encre sur lucite sont présentées dans une seule et même salle, divisée en deux par un demi-mur. La vidéo principale porte le titre de l'exposition, soit *Provenance*, et relate à la manière d'un documentaire, le commerce mondial de meubles, en particulier celui des fauteuils réalisés par les célèbres architectes Le Corbusier et Pierre Jeanneret pour Chandigarh (figure 19). La ville située dans le nord de l'Inde est réputée pour son urbanisme puisqu'elle a été entièrement conçue par les deux architectes. De manière comparable aux catalogues de vente aux enchères qui retracent la provenance des œuvres, le documentaire reconstitue, dans une chronologie inversée, la fortune du mobilier. Le spectateur assiste ainsi à l'histoire à rebours des meubles, en débutant par leur présence dans de cossus appartements new-yorkais, londoniens, parisiens ou dans des villas belges, puis à leur adjudication, suivies par les expositions de vente, les séances de photographie dédiées aux catalogues de vente, la restauration, le voyage par cargo, leur embarquement dans les ports indiens et finalement leurs origines modestes, au sein des monuments de Chandigarh. Amie Siegel montre clairement la disparité entre la fonction pratique des meubles dans la ville asiatique, alors qu'ils sont empilés et rudoyés, en opposition avec l'importance presque sacrée qui leur est accordée dans les riches foyers occidentaux, par leur filiation avec les grands noms de l'architecture (Metropolitan Museum 2015).

Amie Siegel accompagne cette vidéo de deux autres œuvres qui recoupent davantage les questions économiques qui définissent notre recherche. En premier lieu, derrière le mur central sur lequel est projeté *Provenance*, l'artiste présente une œuvre vidéographique nommée *Lot 248* (figure 17) qui illustre la vente et les événements qui précèdent l'adjudication de l'œuvre

principale. *Lot 248* montre, encore une fois sans narration, l'exposition de vente de *Provenance*, dans la célèbre maison de vente aux enchères Christie's de Londres. Par la suite, le spectateur assiste à la vente de l'œuvre documentaire par le commissaire-priseur qui anime la salle, prend en note les mises et finalement, frappe du maillet avant de déclarer l'offre ultime. L'œuvre proposée au départ à £4 000, conformément à son estimation, atteint son prix d'adjudication quelques minutes plus tard, pour la somme de £42 000 (Christie's 2013)<sup>9</sup>. Le titre de l'œuvre fait référence à son rang dans l'ordre des objets présentés lors de la vente. La vidéo se conclut au moment où une femme sort de la salle, après la cession de l'œuvre.

Afin de compléter son triptyque, Siegel présente une impression dans la salle attenante à celle où sont projetées les vidéos. Cette troisième œuvre est intitulée *Proof (Christie's 19 October, 2013)* (figure 18) et ressemble, sous plusieurs aspects, aux œuvres de David Tomas. En effet, Siegel montre ici une impression à jet d'encre de la page de catalogue de vente Christie's où est présentée *Provenance*. Cette page, en plus de reproduire plusieurs captures d'écran de *Provenance*, relate, ironiquement, la provenance de la vidéo et décrit, dans un texte miné de superlatifs, la procession à laquelle le spectateur est convié, ainsi que la démarche de l'artiste (Christie's 2013).

Ainsi, l'œuvre *Provenance* se voit attribuer le même statut que les meubles qu'elle exhibe : dans les deux cas, l'artiste en présente la vente. En plus, l'œuvre comme les meubles deviennent objets collectionnables, ils changent, les deux deviennent objet de luxe et sont dépouillés de leur destination d'origine pour se retrouver dans des lieux de luxe : l'un dans des manoirs et riches appartements, alors que l'autre se retrouve au musée, soumis aux analyses et aux réutilisations, commises par l'artiste même.

Maintenant que nous avons proposé des définitions, déployé un panorama et examiné les économies imaginaires, nous présenterons le marché de l'art au sujet duquel elles s'entretiennent, avant de pouvoir analyser leur performance de vente sur ce marché.

---

<sup>9</sup> La page de Christie's indique que le prix atteint est de £52 500, puisque la maison ajoute la commission d'acheteur (*buyers premium*) au prix d'adjudication (*hammerprice*).



## CHAPITRE DEUX : LE MARCHÉ DE L'ART

Nous avons vu que le corpus d'économies imaginaires que nous avons constitué portait, par ses thèmes, sur le marché de l'art. Afin de mieux comprendre ces œuvres et d'être apte à évaluer la performance commerciale à laquelle elles renvoient, nous analyserons ici les mécanismes du marché de l'art et les conditions de formation des valeurs artistiques et économiques des œuvres.

Les survols historiques à propos du marché de l'art couvrent une période qui débute habituellement autour du 15<sup>e</sup> siècle. Plusieurs auteurs, dont Neil De Marchi et Hans J. Van Miegroet indiquent qu'on retrouvait alors plusieurs formes de mécénat et de commandes pour lesquelles les prix étaient habituellement fixés à l'avance ; on fournissait alors une estimation déterminée par un comité qui variait selon le client, l'artiste et les spécificités de l'œuvre désirée. Jadis, l'artiste, considéré comme un artisan qualifié, agissait comme son propre négociant, en assistant parfois aussi ses collègues ; le métier de vendeur n'apparaît que beaucoup plus tardivement et devient particulièrement important au 16<sup>e</sup> siècle, lorsque des marchands développent des entreprises de vente d'œuvres d'art nouvelles et anciennes. En ce qui concerne les ventes aux enchères, on rapporte leur apparition au début du 17<sup>e</sup> siècle à Amsterdam, à la fin du siècle à Londres et à l'amorce du 18<sup>e</sup> siècle à Paris. À l'époque, ces enchères regroupaient la vente immobilière, vestimentaire et dans une moindre mesure, des œuvres d'art (De Marchi et Van Miegroet 2006 : 72). Ces ventes publiques prennent de plus en plus d'importance au cours du siècle suivant. C'est au 20<sup>e</sup> siècle qu'on voit naître une prolifération de galeries consacrées à l'art moderne et contemporain (De Marchi et Van Miegroet 2006 : 113).

Qu'il soit articulé autour de mécènes, de galeristes, de commerçants ou de maisons de ventes, il est important de se rappeler que le marché de l'art est organisé autour de trois grands acteurs, soit l'artiste, qui produit les biens de consommation ; le marchand, qui promeut l'échange et la vente de sa production ; et le collectionneur, qui cherche à acquérir l'objet

d'art. Nous présenterons ces trois avenues en divisant le second pôle en deux catégories : celle du marché primaire et celle du marché secondaire.

Dans ce chapitre, nous établirons tout d'abord le profil des grandes instances de vente qui régissent le marché de l'art, en plus d'étudier leur fonctionnement. Par la suite, nous nous pencherons sur la valeur des œuvres et sur l'influence de différents acteurs dans la légitimation et la confirmation du statut artistique et économique, pour finalement les conjuguer afin de mieux comprendre comment les différentes institutions attribuent les prix à cette marchandise unique et singulière qu'est l'œuvre d'art.

## **2.1 LES MARCHÉS DE L'ART**

### **2.1.1 LE MARCHÉ PRIMAIRE**

Aussi connu sous la dénomination « marché du neuf », le marché primaire est principalement constitué des galeries et se définit par l'action de proposer des œuvres inédites à la vente pour la première fois. Les acteurs du marché primaire peuvent être les artistes eux-mêmes, ou plus fréquemment, leurs représentants, les galeristes, qui se chargent des opérations de vente et des relations entre le créateur et le collectionneur. De plus, les galeristes jouent un rôle paradoxal dans le milieu des arts puisque, par l'organisation d'expositions, ils sont « tenus de concilier le caractère gratuit de l'œuvre [...] et de faire face aux réalités marchandes [...] » (Moureau et Sagot-Duvaurox 2010 : 42).

En ce qui concerne le fonctionnement des galeries, leur *modus operandi* a évolué au fil des années. Ainsi, les pratiques observées au cours de la moitié du 19<sup>e</sup> siècle ont radicalement changé à travers le temps. À titre d'exemple, une pratique répandue chez les galeristes français consistait à accorder une rémunération mensuelle aux artistes en échange de leur entière production. Les marchands pouvaient également demander un droit de première vue sur les nouvelles œuvres achevées et décider ensuite lesquelles proposer à leurs clients ; c'était donc dans le potentiel de l'artiste que le promoteur investissait. Ce faisant, l'acte d'accueillir la

production d'un artiste faisait figure, pour les collectionneurs, d'attestation de sa qualité (Moureau et Sagot-Duvauroux 2010 : 43).

Paul Durand-Ruel, au cours des années 1880, a mis en place les bases d'un système de galeries que nous retrouvons encore de nos jours, en entretenant des relations privilégiées avec des artistes de qui il tentait de conquérir le monopole de la production (Benhamou 2011 : 43). Effectivement, de nos jours, les galeristes entretiennent encore des relations serrées avec les artistes qu'ils représentent et ils agissent en tant que ponts entre les producteurs et les collectionneurs intéressés à acheter certaines de leurs œuvres. Peu d'entre eux sont toutefois prêts à se porter garants de la production entière de leurs protégés.

Un siècle plus tard, après la Seconde Guerre mondiale, alors que le centre de l'art se déplace de Paris aux États-Unis, plus précisément à New York, les grands galeristes choisissent d'ouvrir des satellites à l'étranger, afin d'établir une emprise sur les différents marchés et d'ainsi gagner de nouveaux collectionneurs. Toutefois, freiné par les dépenses qu'engendre cette stratégie, Leo Castelli, réputé galeriste de New York, met au point un nouveau mode d'internationalisation de sa galerie : les « friendly galleries ». Ce plan d'action consiste à s'affilier avec de petites galeries à travers le monde, qui exposent les collections de leur maison mère et qui ensuite partagent les profits des cessions. Cette collaboration permet d'intensifier la promotion d'un artiste et par conséquent, de multiplier ses ventes (Moureau et Sagot-Duvauroux 2010 : 43).

En ce qui concerne les types de galeries, Nathalie Moureau et Dominique Sagot-Duvauroux, deux économistes spécialistes des questions de l'économie culturelle et du marché de l'art, catégorisent quatre modèles que l'on retrouve actuellement dans le monde de l'art. En premier lieu, ils identifient sous le nom de galeries chromos les entreprises généralement situées dans les lieux touristiques ou les foires, qui présentent des œuvres similaires, peu originales, qui rappellent les méthodes et techniques d'artistes ou de mouvements populaires en art. Les œuvres que l'on retrouve dans ce type de marché sont généralement figuratives, car le public cible n'est pas issu des réseaux d'avant-garde. La demande tient surtout d'un souci décoratif et les prix sont attribués à la manière des marchés artisanaux (Moureau et Sagot-Duvauroux

2010 : 25).<sup>10</sup> Le second marché défini par les auteurs rassemble les artistes en voie de légitimation. Dans ce type de commerce, les œuvres présentées sont originales, mais réalisées par des artistes encore méconnus<sup>11</sup>. La demande pour ces œuvres est plutôt locale et assez faible, mais elle peut augmenter suivant la carrière de l'artiste (Moureau et Sagot-Duvauroux 2010 : 26). Le troisième secteur est celui de l'avant-garde médiatisée, où la demande est immense. Ces galeries suivent les mouvements de reconnaissance des institutions et leurs ventes reposent principalement sur l'effet de mode. Finalement, le dernier type de marché est celui des talents consacrés, qui propose des œuvres d'artistes connus et légitimés par l'Histoire de l'art. La demande pour ce marché provient principalement d'un petit groupe de collectionneurs fortunés et ces œuvres sont majoritairement vendues dans les grandes galeries, ou encore lors des enchères et dans les galeries de négoce, qui opèrent toutes deux sur le marché secondaire (Moureau et Sagot-Duvauroux 2010 : 27).

Le modèle de grandes galeries influentes n'est pas vraiment observable au Québec, puisque les galeries tendent à rester plus petites et indépendantes. Les galeries québécoises ressemblent plutôt aux spécimens de petites galeries locales proposés par Olav Velthuis qui a conduit, au cours de ses recherches doctorales, une enquête approfondie sur les acteurs du monde de l'art et a mené une série d'entrevues avec des galeristes qui lui a permis de formuler plusieurs constats. Premièrement, l'économiste annonce que les galeristes sont très différents des marchands réguliers. En effet, la mission même de ces acteurs consiste à agir en tant qu'intermédiaire entre les artistes et les acheteurs, entre l'offre et la demande. Par ailleurs, les propriétaires de ces espaces ne présentent pas la galerie comme simple lieu d'achat, mais plutôt comme un lieu d'exposition. En d'autres termes, les recherches d'Olav Velthuis indiquent que les galeristes, de manière générale, n'assument pas leur mission économique, mais se perçoivent plutôt comme des amateurs qui cherchent à partager leur amour pour l'art

---

<sup>10</sup> Les auteurs font ici référence à la manière dont on attribuait les prix à la Renaissance, c'est-à-dire non seulement en suivant le jeu de l'offre et de la demande, mais également en relation avec le coût de production de l'œuvre, selon les matériaux et les techniques utilisés par l'artiste (Baxandall 1985 : 13 ; Cras 2010).

<sup>11</sup> Les jeunes artistes, souvent fraîchement sortis des programmes de beaux-arts, ne sont pas représentés dans des galeries, mais plutôt dans des lieux moins prestigieux, comme des expositions collectives dans les centres d'art contemporains locaux (Moureau et Sagot-Duvauroux 2010), ou alors au Québec, dans des Maisons de la culture ou les centres d'artistes.

(Velthuis 2005b : 21). Cette mentalité se reflète dans leur façon de promouvoir et de vendre l'art.

En ce qui concerne la nature de la galerie en tant que lieu, l'espace lui-même est conçu de manière à la distinguer des environnements des autres marchés, qui sont centrés sur l'économie marchande. L'environnement est habituellement austère et solennel et toute trace d'échange monnayable est relayée à l'arrière-scène et cachée au public. En effet, les galeries n'affichent généralement pas les prix près des œuvres, ni ne retirent les objets lorsqu'ils ont été vendus, afin de ne pas intimider les collectionneurs potentiels ou de sembler les presser à acheter. Ainsi, on retrouve ce fractionnement à même la galerie, puisque ces locaux sont régulièrement scindés en deux espaces : l'espace artistique à l'avant, où aucune référence à l'économie n'est affichée, et l'espace commercial, où se trouvent les bureaux et où se déroulent les transactions, camouflé à l'arrière (Velthuis 2005b : 52). Parallèlement, les galeristes tentent de se tenir à l'écart des aspects de marketing qui viendraient, selon eux, affecter l'expérience de l'art. Par conséquent, ils évitent les centres touristiques et les lieux de consommation et cherchent à se regrouper entre galeries. De plus, les galeries n'affichent habituellement pas de vitrine, ni de façade accrocheuses ; elles n'offrent généralement pas de vue sur l'intérieur de la galerie depuis l'extérieur, en prétextant que cette division servirait à déconnecter le monde extérieur de celui de l'art<sup>12</sup> (Velthuis 2005b : 45-47).

La distance que les galeristes prennent avec la sphère économique en général s'observe également lors des discussions sur les œuvres, qui nous révèlent leurs pratiques. En effet, le prix est un sujet sensible et il convient de ne pas trop l'aborder, mais lorsque cela est nécessaire, à y référer avec finesse, puisque beaucoup de représentants du marché primaire jugent indécent de trop parler d'argent ou de spéculation. Il peut même leur arriver de refuser de vendre une œuvre à un acheteur qui semblerait trop intéressé par la revente (Velthuis 2005b : 43-45). La manière de procéder des galeristes est soit de vendre suivant la loi du « premier arrivé, premier servi », ou alors, encore plus fréquemment, de rédiger des listes de priorités d'acheteurs, avec à leur tête les musées et les grands collectionneurs. Même si dans certains cas ils vendent leurs œuvres moins chères que ce qu'elles auraient rapporté en

---

<sup>12</sup> Une formule aussi fréquemment utilisée par les musées.

enchères, les marchands aiment avoir le contrôle sur les prix et sur la biographie de l'œuvre. De manière générale, les galeristes préfèrent vendre aux musées, dont la mission même prévient la revente des objets, ce qui empêche que l'œuvre s'entache du statut d'objet de consommation. De plus, les musées permettent aux objets, et par association à la production entière d'un artiste, d'entrer dans l'Histoire de l'art. Par ailleurs, les prix sont généralement constitués de chiffres ronds<sup>13</sup> ce qui indique, selon l'auteur, que les marchands cherchent ainsi à supprimer les connotations économiques de l'art sur le marché (Velthuis 2005b : 48).

Les promoteurs peuvent tenir une position d'oligopole ou de monopole sur le marché de la production d'un artiste, selon le contrôle qu'ils ont de son œuvre. En effet, les galeristes s'entendent généralement avec les artistes pour être les seuls à proposer la vente de leurs œuvres, du moins dans une ville ; en échange, dans le but de lui offrir une visibilité, la galerie organise des expositions du travail de l'artiste. Le bouche-à-oreille et le commérage occupent également une place prépondérante sur le marché de l'art, qui est caractérisé par l'importance de la communication, puisque les galeristes ont notamment besoin de se construire un vaste réseau, afin de trouver des collectionneurs pour leurs artistes. De plus, le galeriste possède le rôle de critique, soit d'être celui qui juge la qualité des œuvres que l'artiste pourra exposer, en plus d'inviter les autres agents critiques à venir visiter ses expositions, en espérant recevoir des éloges et, d'ainsi, créer un engouement (Velthuis 2005b). C'est aussi souvent le galeriste qui entretient une relation avec les musées et qui se charge de la visibilité donnée à l'artiste qu'il représente. Il peut, par exemple, proposer le don à un musée d'une œuvre d'un artiste.

### **2.1.2 LE MARCHÉ SECONDAIRE**

Par opposition au secteur primaire, le marché secondaire est défini par son implication dans la revente des objets d'art et se décline en deux instances principales : la galerie de négoce et les maisons de vente aux enchères. Notre panorama s'étend principalement sur le second type, puisque les pratiques des galeries de négoce se comparent à celles des marchés traditionnels.

---

<sup>13</sup> Méthode qui contraste avec celle commune dans les marchés conventionnels où pour des raisons de marketing, les vendeurs fixent les prix à une unité au-dessous de la valeur désirée de manière à simuler un prix inférieur.

Les enchères sont les lieux où l'effet du mécanisme de l'offre et de la demande est le plus apparent ; tous les acheteurs potentiels sont réunis dans une même salle<sup>14</sup>, misent sur les objets qui leur sont présentés et la vente se conclut au moment où l'équilibre entre l'offre (l'objet d'art unique) et la demande (les collectionneurs intéressés) est atteint. Par conséquent, la somme obtenue lors d'enchères pour un de ces chefs-d'œuvre est imprévisible, car elle dépend de la volonté d'acquisition des acheteurs présents. Plus il y a d'acheteurs qui sont intéressés par une même œuvre, plus celle-ci a de chances d'atteindre des prix élevés.

Le monde des ventes aux enchères est dominé par un duopole dirigé par les deux plus puissantes maisons de vente : Christie's et Sotheby's, toutes deux fondées en Angleterre. Sotheby's fut fondée en 1744 à Londres par Samuel Baker. Son siège social se situe aujourd'hui à New York (Sotheby's s.d.). Pour sa part, Christie's voit le jour en 1766, également à Londres où son siège social se situe toujours. Fondée par James Christie, elle est aujourd'hui la plus puissante maison de vente (Christie's s.d.). Ces entreprises ne s'intéressent que depuis peu à l'art contemporain alors qu'auparavant, elles choisissaient plutôt de vendre des œuvres d'art classiques. Ce nouveau penchant n'est guère apprécié par les galeristes des marchés primaires et secondaires qui y voient une compétition déloyale sur un terrain leur étant jusqu'alors réservé. C'est en effet dans la dernière décennie du 20<sup>e</sup> siècle que cet intérêt s'est démarqué, bien que ces sociétés se soient lancées uniquement dans la vente des grands noms de l'art contemporain.

Cette réticence, chez les grandes maisons de ventes aux enchères, à présenter de nouveaux venus de la scène artistique s'explique par l'incertitude qui règne sur le marché de l'art contemporain. En effet, il s'avère difficile d'attribuer une valeur artistique ainsi qu'économique à un objet et il convient plutôt de se fier aux acteurs du milieu. Les galeristes reprochent également aux maisons de vente de mettre en œuvre une importante promotion pour leurs enchères, par des événements qui implantent l'idée que l'art contemporain est un bon placement et qui encouragent alors le collectionnement à visée spéculative. Pour contrer l'essor de la revente des œuvres contemporaines sur le marché des enchères, les galeries se

---

<sup>14</sup> Soit physiquement ou via téléphone, maintenant il est même possible de miser en ligne. Il existe aussi la possibilité de miser à l'avance, le commissaire-priseur aura, dans son livre, les différentes mises préalablement réclamées.

dotent de plus en plus de clauses de vente stipulant, par exemple, qu'ils possèdent le « droit prioritaire de rachat » sur tout objet acheté entre leurs murs (Moureau et Sagot-Duvaurox 2010 : 55).

Les galeristes, à leur tour, ne sont pas vus non plus d'un bon œil par les experts des maisons d'enchères, car leurs buts sont différents, voire contradictoires. En effet, alors que les marchands tentent d'offrir des œuvres à prix concurrentiels, les maisons de vente souhaitent plutôt rapporter un maximum de profits en cédant au plus offrant. Souvent, cela a pour conséquence de hausser rapidement les prix de l'entière production d'un artiste, ce qui entraîne l'augmentation de la présence de sa production sur le marché secondaire et par conséquent, une perte de contrôle du galeriste sur sa biographie (Moulin 1995b : 255).

Afin de réduire au maximum l'incertitude qui règne dans l'évaluation des objets d'art, les firmes de vente aux enchères ne font pas affaire avec des marchands ou des experts extérieurs, mais engagent leurs propres experts indépendants qui ont pour mission de donner aux deux parties, soit les vendeurs ainsi que les acheteurs, toutes les informations nécessaires relatives aux œuvres afin d'éviter tout litige causé par un déséquilibre de l'information. C'est aussi à ces experts que revient la tâche d'estimer la valeur financière d'une œuvre. Pour faire cela, ils doivent prendre en compte les caractéristiques de l'œuvre, les conditions de la vente et l'état du marché et afin de parvenir à une estimation juste, ils sont tenus d'utiliser des banques de données portant sur les ventes d'œuvres, puis de les interpréter de manière exacte. Finalement, il leur revient la tâche cruciale de confirmer l'authenticité d'une œuvre et son attribution, pour lesquelles un consensus est essentiel, le moindre doute entraînant un risque trop élevé à porter pour l'acquéreur (Moulin 1995b).

Le déroulement de la succession des œuvres au cours d'une vente aux enchères n'est pas organisé de manière chronologique. En effet, Amy Cappellazzo, co-dirigeante au niveau international de la section « Art de l'après-guerre et contemporain » chez Christie's, explique en entrevue avec Sarah Thornton que :

[...] si nous arrangions la vente selon l'histoire de l'art - chronologiquement ou thématiquement - elle s'effondrerait probablement. Les dix premiers lots doivent bien aller. Nous avons l'habitude d'y placer des œuvres qui dépasseront l'estimation supérieure – des œuvres jeunes, à la mode et nouvelles qui réchauffent la salle.



Rendus au douzième ou au treizième lot, nous devrions entrer dans les prix sérieux<sup>15</sup>  
(Thorton 2008 : 27).

Ce survol des méthodes de fonctionnement des principaux acteurs du marché primaire et secondaire permet de mieux comprendre comment se distinguent leurs stratégies respectives, pour nous permettre ensuite d'appréhender les mécanismes de formation de la valeur des œuvres d'art.

## 2.2 LA VALEUR DE L'ART

Qu'entend-on par valeur ? Qui détermine la valeur marchande, d'échange et symbolique de l'art ? Jean-Joseph Goux indique dans son ouvrage *L'Art et l'argent, la rupture moderniste. 1860-1920*, que c'est le philosophe Friedrich Nietzsche qui a amorcé le processus de transformation des valeurs en faisant table rase des anciennes valeurs théocratiques. L'auteur avance que Nietzsche est celui qui introduit la notion de valeur dans le sens qu'on lui attribue aujourd'hui, c'est-à-dire en tant que système de jugement (Goux 2011a : 48). De la sorte, Goux précise qu'il existe un lien entre la « frivolité des valeurs » et le perspectivisme de Nietzsche (Goux 2011a : 107). Ainsi, Goux indique que l'on doit la signification de la valeur telle qu'on l'entend aujourd'hui au philosophe allemand qui, en renonçant aux grandes Idées hégémoniques qui primaient depuis Platon, a donné le pouvoir d'évaluation aux individus (Goux 2011a : 104). Ce faisant, Nietzsche, par son rejet des étalons absolus, apporte un « perspectivisme » qui permet une multiplicité des interprétations et des évaluations (Goux 2011a : 105).

Comme il l'indique dans ce passage : « Oui, ce moi [...] créateur, ce moi qui veut, ce moi qui jauge les choses, qui en donne la mesure et la valeur » (Nietzsche 2016 : 46), la valeur ne serait pas, selon le philosophe, intrinsèque, mais plutôt transcendante, allouée par l'humain et par la société. Plus encore, l'attribution de valeurs varie selon les collectivités : « aucun peuple

---

<sup>15</sup> Traduction libre: «If we laid out art-historically – chronologically or thematically – it would probably bomb. The first ten lots all have to go well. We tend to put things in there that will soar past the high estimate – young, hot, contemporary things that get the room going. At around lot twelve or thirteen, we'd better be entering a serious price point » (Thornton 2008: 27).

ne pourrait vivre sans d'abord fixer des valeurs ; mais s'il veut subsister il ne doit pas juger comme juge le voisin » (Nietzsche 2016 : 76). Ainsi, puisque les valeurs deviennent subjectives, elles peuvent maintenant être inconstantes « le changement des valeurs, - c'est le changement des créateurs » (Nietzsche 2016 : 78). À partir de ces réflexions, sans mesure absolue, il y a lieu de se demander quels sont les facteurs qui agissent sur l'évaluation et s'il existe des valeurs stables, immuables (Goux 2011a : 106).

De son côté, Françoise Benhamou, économiste du patrimoine culturel, décrit la valeur de l'œuvre d'art comme suit :

L'hétérogénéité des œuvres, indivisibles et uniques, n'empêche pas de même que le prix soit conditionné par des facteurs objectifs. Le prix est fonction du stock de capital artistique de l'artiste, c'est-à-dire de sa notoriété, de la qualité du tableau au sein de l'œuvre, du temps écoulé depuis la première exposition de l'artiste, des récompenses, des expositions en galeries et dans les musées, des prix de vente antérieurs et des formes d'expression [...]. (Benhamou 2011 : 46).

De fait, la notion de singularité de l'objet d'art est essentielle à la compréhension de sa mise en marché. Ainsi, puisque les œuvres d'art sont des biens uniques, leurs vendeurs se trouvent nécessairement dans une position de monopole. Le prix décerné à une œuvre dépend donc de la capacité ainsi que de la volonté d'un individu à payer pour son acquisition. La qualité artistique d'une œuvre contemporaine consiste plutôt en sa propension à devenir une œuvre incontournable dans le futur. Raymonde Moulin introduit cette question en stipulant que la valeur des œuvres est le résultat d'une construction sociologique, puisque, selon l'auteure, ce sont les institutions et les experts qui valident et fondent autant la valeur de l'art que le prix des œuvres (Moulin 1997).

Il existe trois mécanismes servant à fixer les prix sur le marché de l'art. Le premier consiste en négociations privées sur des prix encore indéterminés ; le deuxième prévoit plutôt de procéder par enchères, où des acheteurs regroupés en un même lieu surenchèrent jusqu'à ce que l'équilibre entre l'offre et la demande soit atteint ; le troisième, une méthode favorisée par les galeristes puisqu'ils trouvent immorale et contraire à l'éthique l'idée de vendre au plus fort, est d'apposer des prix fixes. En acceptant de payer le prix demandé, l'acheteur cautionne la valeur proposée par la galerie, tout comme lorsque le plus fort enchérisseur consent à miser une somme toujours plus élevée lors d'un encan.

Nathalie Moureau et Dominique Sagot-Duvaurox notent trois facteurs qui influencent les prix des œuvres : la valeur artistique accordée par les instances, la valeur médiatique qui entoure l'artiste et le type d'œuvre. Les auteurs reconnaissent que la spéculation sur le marché de l'art existe, comme dans les autres marchés, mais qu'il est plus difficile d'évaluer et de prédire la progression des rendements dans le premier cas.

### **2.2.1 LÉGITIMATION DE LA VALEUR : L'ART CLASSÉ ET LE PROBLÈME DE L'INCERTITUDE EN ART CONTEMPORAIN**

Maintenant définies les institutions dans lesquelles évoluent les œuvres, nous étudierons ici tour à tour le rôle des institutions, des collectionneurs et des réseaux économiques sur la légitimation de la valeur. Les signifiants de la valeur diffèrent grandement selon le type de marché et les époques de production des œuvres. En effet, tandis que l'art classique possède un corpus défini, celui de l'art contemporain est en constante évolution.

Le marché de l'art classique ou classé est un milieu où la rareté est le facteur prépondérant dans la détermination de la valeur. En effet, l'éventail d'œuvres offertes est restreint puisque le corpus des objets est limité par le temps, mais aussi parce qu'une grande partie des œuvres fait déjà partie de collections des musées, qui ne peuvent en aucun cas se départir d'objets de leur collection. Ainsi, le vendeur d'une œuvre classique se retrouve en position enviable de monopole, car il est le seul possesseur d'un objet prisé, unique et rare. La valeur des œuvres classiques est plutôt stable et se distingue ainsi de celle de l'art contemporain, car le seul événement qui pourrait compromettre, ou au contraire améliorer la valeur d'un tel objet serait un changement d'attribution<sup>16</sup>. De fait, une œuvre réattribuée peut gagner de la valeur si la révision stipule qu'elle serait de la main d'un artiste célèbre, plutôt que de celle d'un suiveur ou d'un élève, mais elle peut néanmoins chuter advenant la situation inverse (Moulin 1995b : 258). Les problèmes d'attribution ne concernent généralement pas les œuvres contemporaines, puisque dans ce cas, les artistes eux-mêmes et leurs galeristes attestent de leur paternité. De

---

<sup>16</sup> Plus encore, dans un cas où surviendrait la découverte qu'une œuvre aurait été pillée ou volée, elle serait retirée du marché.

plus, « l'offre d'art contemporain est potentiellement indéfinie » puisque l'artiste, toujours vivant, a la possibilité de créer davantage (Moulin 1995a : 209).

Alors que le cours régulier pour les œuvres classées est plutôt stable, l'art contemporain, au contraire, est entouré d'une grande incertitude et les fluctuations de la valeur d'une production dans la vie d'un artiste peuvent être multiples. Ainsi, sur le marché contemporain, « l'incertitude sur la qualité des œuvres constitue une spécificité essentielle des marchés artistiques », car, contrairement aux autres marchés communs, « la valeur des œuvres d'art repose sur des critères implicites d'évaluation de la qualité » (Moureau et Sagot-Duvaurox 2010 : 4). Contrairement au marché mis en place au cours de la primauté de l'Académie en France au cours des 18<sup>e</sup> et 19<sup>e</sup> siècles, l'originalité refaçonne le marché contemporain. En effet, il était, à l'époque, plus aisé d'évaluer la valeur esthétique et économique d'une œuvre académique, car il suffisait de la comparer à un étalon de référence et de déterminer si elle respectait les règles mises en place, soit la ressemblance à la nature, l'équilibre de la composition, le respect du décorum et le soin accordé au dessin. A contrario, sur le marché contemporain, l'ignorance des acheteurs sur la qualité ou la valeur d'un objet contre les informations dont dispose le marchand crée un déséquilibre. Plus encore, parce que nous sommes aujourd'hui en présence d'œuvres qui se veulent marginales, le processus d'évaluation devient plus complexe ; il devient alors impossible de comparer l'œuvre à évaluer à un référent. Il est donc nécessaire de s'appuyer sur l'entièreté de la production d'un artiste afin de déterminer la valeur de sa production.

On note également que le processus de reconnaissance semble s'être amélioré au cours du siècle dernier. En effet, la reconnaissance des nouvelles productions se fait plus rapidement grâce à l'apparition d'institutions plus nombreuses vouées à l'art contemporain, mais aussi à cause des changements dans les critères de qualité : auparavant, l'expérience et par conséquent l'âge de l'artiste étaient davantage signes de qualité, alors qu'aujourd'hui « être un jeune artiste [est] devenu une valeur en soi » (Moulin 1995a : 219). On assiste aussi maintenant à la décroissance de l'importance du savoir technique requis à l'élaboration d'œuvres.

Hormis ce facteur, la nationalité de l'artiste influe également sur la valeur des œuvres contemporaines. En effet, le monde de l'art s'articule présentement autour du monde

occidental, bien que les marchés périphériques du Brésil, de la Chine et de l'Inde se soient développés à une vitesse fulgurante au cours des dernières années (McAndrew 2013 : 14). Malgré tout, les enchères occidentales sont dominées par les États-Unis, principalement à New York et par quelques pays d'Europe dont l'Allemagne, la Grande-Bretagne, la France, l'Italie et la Suisse. Même si les pays occidentaux ont développé un marché de l'art imposant et que leurs artistes vendent leurs œuvres pour des sommes spectaculaires, les ventes restent plutôt confinées nationalement. Alain Quemin, sociologue spécialiste de l'art indique alors ceci :

Malgré l'affirmation ou la croyance que seuls le talent des artistes et la qualité des œuvres particulières sont pris en compte, le fait de considérer la nationalité des artistes fait donc constamment ressortir une hiérarchie très marquée des pays, et ce quel que soit l'indicateur pris en compte (Quemin 2002 : 109).

L'origine géographique des artistes serait donc un facteur notable supplémentaire dans la formation des prix en art contemporain.

#### **2.2.1.1 LE RÔLE DE L'INSTITUTION**

Alors que la valeur de l'art classé est habituellement stable et fait normalement l'objet d'un consensus, celle de l'art contemporain est entourée d'incertitude et peut s'instaurer de deux façons ; les effets de mode peuvent être suivis en observant les fluctuations du marché de l'art qui consacrent les artistes réputés ou, encore, on peut plutôt se fier aux institutions artistiques et à leurs classements qui, parmi toutes les productions d'artistes, discriminent les plus méritoires (Quemin 2002 : 123).

Au 20<sup>e</sup> siècle, on assiste à l'émergence de la valeur du nom de l'artiste, en plus de voir la valeur accordée principalement par acclamation, c'est-à-dire en suivant le jugement des musées et celui des autres institutions reconnues (Moureau et Sagot-Duvaurox 2010 : 18). Le mimétisme est partie intégrante du fonctionnement du marché de l'art. En effet, quand les acheteurs font confiance aux signaux des instances, il y a peu de mimétisme des autres consommateurs. Par contre, lorsque les acheteurs n'ont pas confiance en leur propre opinion, ce qui est fréquent sur le marché de l'art contemporain, ils sont plus portés à imiter ce qui se passe sur le marché et à éviter de se risquer à dépenser pour des œuvres sans potentiel. Ainsi,

« plus la valeur esthétique de l'œuvre d'un artiste telle qu'elle est appréciée par les experts est élevée, plus le prix de ses productions représentatives [sera] élevé. » (Pommerehne, Frey 1993 : 126).

Lorsque l'on cherche les meneurs d'opinions dans le monde de l'art contemporain, ce sont surtout les grands musées qui guident les tendances. Toutefois, dans les années 1950 et 1960, ceux qui possédaient le pouvoir de légitimation étaient le critique et le marchand. Aujourd'hui, le conservateur remplace le critique dans ce rôle de détermination de la valeur artistique (Moulin 1997 : 67). Même si les marchands tentent eux aussi de créer un engouement autour d'un artiste afin de faire croître ses ventes, les conservateurs sont ceux qui possèdent le plus d'influence dans ces décisions, car ils sont considérés, dans le milieu, comme des *leaders*. Les conservateurs dictent ce qui est art et ce qui ne l'est pas et leur jugement a un impact majeur sur les ventes d'un artiste. Ils tiennent leur pouvoir et leur prééminence du fait qu'ils sont non seulement formés académiquement, mais aussi parce qu'ils sont reconnus par les plus grandes instances. Ils sont en effet considérés comme les meneurs dans le monde de l'art contemporain, puisqu'ils sont vus comme des experts et que leur jugement influe sur la valeur accordée à une pratique artistique. Les conservateurs possèdent donc un pouvoir de confirmation de la valeur esthétique ainsi qu'économique de l'artiste, en plus de rassurer l'acheteur dans un monde où règne l'asymétrie de l'information.

Toutefois, l'expertise de ces professionnels dépend du travail des théoriciens et des critiques, car comme l'explique Moulin : « le discours sur l'art produit par les théoriciens, les critiques et les artistes eux-mêmes procure un bien fondé théorique aux choix des responsables institutionnels » (Moulin 1995b : 252). Plus encore :

[L]'expert en art contemporain est un spécialiste du contexte. Il ne doit rien ignorer de la position d'un artiste sur la scène nationale et internationale, de sa réputation résultant des crédits accumulés à partir des interprétations dont son œuvre a fait l'objet, des évaluations émises par le monde de l'art et des appréciations du marché (Moulin 1994 : 28).

Les conservateurs ont donc besoin de justifications théoriques afin de répondre aux nouveautés artistiques.

Il revient également aux conservateurs de valider les acquisitions effectuées par les musées. Ces achats détiennent une portée symbolique plus forte que n'importe quelle acquisition faite par une autre instance artistique, car ces institutions ne peuvent se départir de leurs œuvres. En effet, comme mentionné plus tôt, la collection d'un musée est inaliénable, ce qui signifie que toute œuvre qui entre dans un musée ne peut en sortir, exception faite de prêt ou lors du voyage pour expositions itinérantes. Par conséquent, une fois l'œuvre promulguée au rang des acquisitions du musée, la production d'un artiste encore peu réputé se voit étiquetée comme valeur sûre ou encore valeur spéculative à faible risque pour un acheteur. En effet, un objet placé dans une collection muséale devient par le fait même une œuvre d'art, tout comme les notes d'exposition ou de catalogue expliquent ou justifient la place de l'œuvre dans l'Histoire de l'art. En plus, puisque dans la vaste majorité des cas, un musée ne peut se départir d'une œuvre de sa collection, l'acquisition d'un objet d'art par le musée est symboliquement forte ; cela envoie le signal d'une décision réfléchie et d'un jugement sur l'œuvre quant à sa valeur artistique pour aujourd'hui, mais également pour demain.

En ce qui concerne l'acquisition d'œuvres classiques, les grands musées sont en intense compétition, ce qui entraîne la hausse des prix pour les grandes œuvres. Par contre, pour l'art contemporain, les musées doivent anticiper la nouveauté et acheter les œuvres en conséquence. Plus encore, les grands musées peuvent mener le jeu en profitant de leur situation d'oligopole pour imposer un mouvement artistique et en sélectionnant certaines productions ; de pair avec les marchands et les galeristes, ils contrôlent la surcharge du marché, de laquelle découlerait une chute générale des prix des œuvres (Robertson 2005 : 5). Les musées jouent alors le rôle de chef de file et leurs agissements sont suivis de près par les collectionneurs qui se fient à la sélection des musées pour déterminer quelles œuvres valent la peine d'être acquises. Les conservateurs de l'art contemporain et actuel possèdent donc le pouvoir de confirmation de la valeur esthétique et économique de l'artiste ainsi que celui de rassurer l'acheteur. Les collectionneurs privés qui cherchent un investissement en art préféreront s'approprier des œuvres plus sûres, qui ont été cautionnées par les professionnels des grandes institutions muséales. En effet, la valeur confirmée de l'œuvre d'un artiste se transforme par la suite en valeur monétaire pour les autres œuvres dudit artiste.

Les expositions organisées par les musées contribuent elles aussi à affirmer la valeur artistique, puis monétaire d'un objet ou de la production générale d'un artiste en particulier. C'est justement en présentant des expositions individuelles, collectives, sédentaires ou itinérantes, le plus souvent accompagnées de catalogues, que les musées influencent l'Histoire de l'art. En effet, la mise en valeur d'un artiste, par sa présence entre les murs de l'institution la plus reconnue du monde de l'art, additionnée à la promotion de la galerie qui le représente, contribuent à la hausse des prix pour les œuvres d'un artiste. Même les scandales entourant les expositions et les œuvres d'un créateur, plutôt que de nuire à sa réputation, auraient plutôt un impact positif sur la valeur économique de sa production. Il n'y a qu'à observer les discours autour de l'exposition *Sensation!* organisée par Charles Saatchi, successivement à la Royal Academy de Londres, au Musée de la Gare de Hambourg et au Brooklyn Museum, qui présentait les œuvres réalisées par les Young British Artists (YBAs). L'exposition, fortement décriée par les autorités, fût conséquemment un des événements les plus publicisés et fréquentés. Finalement, cette commotion aura eu un impact positif sur les ventes des œuvres de Chris Ofili, à l'origine de l'outrage qui a pris place à New York (Jeffri 2005 : 132). Steven W. Naifeh, cité par Alexander Alberro dans son ouvrage *Conceptual art and the politics of publicity*, ajoute pour sa part que les critiques, négatives au même titre que positives, contribuent favorablement à la renommée d'un artiste. Plus encore, il précise que les articles de journaux conventionnels auraient un impact plus grand pour les artistes et leurs galeristes que des articles parus dans des journaux spécialisés en art, puisque les collectionneurs, depuis les années 1960, évoluent de plus en plus hors du monde de l'art (Alberro 2003 : 9-10).

Parallèlement, certains ont d'ailleurs accusé ces musées de tenter de hausser artificiellement la valeur de la collection privée de Charles Saatchi en la présentant dans des musées. Les conflits d'intérêts peuvent également survenir lorsque de grands collectionneurs se retrouvent sur les conseils d'administration des musées. En effet, ils doivent alors faire attention à ne pas recevoir des renseignements privilégiés sur le marché, qui viendraient influencer leurs décisions de collectionnement (Jeffri 2005 : 129).

Les musées ne représentent pas le monopole des institutions légitimatrices de valeur, puisque d'autres lieux et événements sont aussi considérés comme tels, à l'exemple des grandes



biennales. Si ces événements contribuent plutôt à la valeur symbolique des productions artistiques, ils finissent toutefois par être liés à leur valeur monétaire. En effet, les grandes manifestations internationales, dont la Biennale de Venise et la Documenta de Kassel tirent leur influence majeure du fait qu'elles sont énormément médiatisées, qu'elles se targuent de suivre un schéma non conservateur et qu'elles semblent détachées de tout objectif commercial. Elles servent également de tremplin aux artistes qui souhaitent acquérir une notoriété, puisqu'à partir de ce rassemblement suivi de tous, leur carrière internationale pourra être lancée, en plus de se voir accorder une reconnaissance par l'institution qui organise l'événement, reconnaissance qui ultimement confèrera une valeur à leur production (Moulin 1995a : 216). D'ailleurs, les commissaires de ces événements cherchent à envoyer le signal de leur rupture avec le marché en dénichant de nouveaux talents. C'est la résistance de ces acteurs et institutions face aux aspects financiers qui contribue à ce que leurs jugements sur la qualité des œuvres aient un impact significatif sur le marché de l'art (Velthuis 2011 : 23). De plus, la légitimité des jeunes artistes est renforcée par l'exposition de leurs œuvres à proximité de celles d'artistes reconnus (Quemin 2001 : 93). Toutefois, alors que les jeunes artistes appréciés localement profitent de cette plateforme internationale pour être hissés au sommet, l'impact n'est pas de la même ampleur pour les artistes confirmés qui peuvent voir renforcer leur importance et la rareté de leurs œuvres, mais dont le statut restera sensiblement le même. (Thornton 2009 : 252). En effet, l'attention portée par des acteurs importants influera sur la carrière débutante d'un artiste, alors que pour les artistes établis, cette invitation aura tendance à se perdre dans leur curriculum. En ce sens, les grands événements internationaux seraient, selon Moulin, « des lieux privilégiés d'échanges de l'information » (Moulin 1995a : 216) qui ouvrent la voie à suivre par les conservateurs pour les années à venir. En effet, ces événements fréquentés et suivis par les conservateurs contribuent à la standardisation et à l'éventail restreint des sélections des musées et, par conséquent, à celui des collectionneurs.

Bien qu'à sa création, la Biennale de Venise établissait, parmi ses buts principaux, celui d'établir de nouveaux marchés pour l'art contemporain, sa mission s'en détourne à partir de 1968. En effet, lors de sa création en 1895, on trouvait à Venise un bureau dédié à la promotion et à la vente des artistes et des œuvres exposées lors de l'événement. Cependant, suite à des plaintes qualifiant l'organisation de l'événement d'entreprise capitaliste qui

encourage la réification des œuvres, la Biennale se vit contrainte de fermer son bureau des ventes. Malgré cette distanciation du marché de l'art, la Biennale reste un lieu fortement commercial, ne serait-ce que par sa proximité géo-temporelle avec la Foire de Bâle, qui ouvre toujours ses portes une semaine après le lancement des célébrations à Venise. Les acteurs du milieu ne sont pas dupés par cette contiguïté qui a donné lieu à la raillerie populaire : « Découvrez-le à Venise, achetez-le à Bâle<sup>17</sup> » (Velthuis 2011 : 22). Plus encore, la Biennale participe en quelque sorte au marketing de la Foire, en présentant aux collectionneurs un tour d'horizon des pratiques actuelles et des artistes à surveiller, ce qui leur permet ainsi d'économiser du temps de repérage et de collecte d'information sur les artistes dans le vent, en plus de limiter leurs explorations à travers les musées des quatre coins du monde à un seul rassemblement. D'un autre côté, si l'on considère que la Biennale se déroule sur une période de six mois, on s'aperçoit qu'elle n'est pas aussi courue qu'on pourrait le croire ; elle est en effet, moins fréquentée que certaines grandes expositions dans les musées, même si elle attire l'élite du milieu. En plus d'être des lieux de rassemblement pour les grands amateurs, les biennales et les foires sont également devenues des lieux d'expérience sociale et culturelle. Lors de ces manifestations, de nombreuses activités comme des performances artistiques, des conférences, des tables rondes, des séminaires et des visites guidées sont organisées et permettent encore une fois de dévier des intentions mercantiles pour se concentrer sur l'aspect pédagogique de leur mission (Velthuis 2011).

Les institutions, si nous incluons dans ce terme les grandes manifestations internationales, commerciales ou non, possèdent donc le pouvoir de la construction de la valeur symbolique et monétaire, en sélectionnant les artistes et les mouvements de demain, en plus d'amoindrir ce que Raymonde Moulin qualifie de zones d'incertitude freinant les collectionneurs d'art contemporain (Moulin 1995a : 218).

---

<sup>17</sup> Traduction libre : « *See it in Venice, buy it in Basel* ».

### 2.2.1.2 LE RÔLE DES COLLECTIONNEURS

Les grands collectionneurs participent eux aussi à l'intégration d'œuvres dans l'Histoire de l'art, lorsqu'ils organisent des expositions de leur collection ouvertes au public, ou en la prêtant à des musées. Quand les collectionneurs atteignent un statut privilégié, leur choix d'acquisition d'œuvres contribue lui aussi à légitimer la qualité d'un artiste et à construire sa notoriété.

Il existe, dans le milieu de l'art, un phénomène d'autorenforcement qui s'observe, par exemple, lorsque plus de collectionneurs achètent les œuvres d'un même artiste. Ce phénomène fait en sorte que le créateur pourra vendre ses œuvres à fort prix. À l'inverse, un artiste avec une production de qualité similaire, mais peu collectionnée, ne bénéficiera pas du même engouement de la part des acheteurs. De la même manière, les vendeurs doivent faire preuve de prudence lorsqu'ils remettent sur le marché une œuvre de leur collection. En effet, afin de ne pas éveiller de soupçon ou le signal négatif qu'une œuvre serait inintéressante ou un mauvais investissement, il y aurait trois raisons jugées valables pour se départir d'une œuvre ; Olav Velthuis les surnomme les « trois D » pour divorce, décès et dettes (Velthuis 2005b). De plus, si une œuvre n'est pas cédée lors d'une vente aux enchères, cela envoie un signe négatif et la règle commune est d'attendre quelques années avant de la proposer à nouveau sur le marché secondaire.

Il existerait en outre, selon Nathalie Moureau et Dominique Sagot-Duvaurox, trois types de motivation d'achat : la motivation de décoration et de plaisir esthétique, les motivations sociales et finalement les motivations économiques (Moureau et Sagot-Duvaurox 2010). Pour le premier type de motivation, une œuvre est achetée pour ses caractéristiques propres. C'est un motif peu souvent invoqué par les collectionneurs qui préfèrent affirmer qu'ils possèdent un « rapport singulier qui les lie à l'œuvre » (Moureau et Sagot-Duvaurox 2010 : 38). Ce motif entre dans la catégorie des motivations du plaisir esthétique. En ce sens, les auteurs expliquent que le « punctum » est l'émotion que le collectionneur ressent dès qu'il est placé face à l'œuvre alors que le « studium » est plutôt le plaisir qui se rapporte aux connaissances que le collectionneur a acquises sur l'œuvre. Le « studium » se retrouve généralement dans l'art contemporain, souvent considéré étanche, où la compréhension de la

démarche de l'artiste est nécessaire pour apprécier une œuvre<sup>18</sup> (Moureau et Sagot-Duvauroux 2010).

Les auteurs Nathalie Moureau et Dominique Sagot-Duvauroux indiquent que les acheteurs peuvent aussi être motivés par des effets sociaux comme celui noté par Thorstein Veblen, l'effet snob ou alors l'effet d'entraînement. L'effet Veblen, expliqué de manière plus claire et plus élaborée par Velthuis, est évoqué lorsque le collectionneur tente d'exposer sa position sociale ou alors monétaire par l'achat d'objets onéreux (Velthuis 2005b : 104). L'effet snob se retrouve lorsque le collectionneur tente de faire valoir sa connaissance du milieu des arts par ses achats : « c'est en consommant des biens peu répandus que le consommateur satisfait son besoin de distinction » (Moureau et Sagot-Duvauroux 2010 : 39). L'effet d'entraînement est à l'opposé de l'effet snob. Il regroupe les collectionneurs qui obtiennent leur plaisir dans l'achat lorsqu'ils consomment des biens similaires à ceux des autres, de manière à « marquer leur appartenance au groupe » (Moureau et Sagot-Duvauroux 2010 : 39). Ce motif est aussi souvent retrouvé dans l'art contemporain, où il devient compliqué d'accorder une valeur sûre aux œuvres. L'achat par plusieurs autres collectionneurs peut donc devenir un signe de qualité. Finalement, il existe aussi des motifs de consommation économiques, qui malgré le fait qu'ils soient souvent cachés, existent bel et bien, en particulier par la voie de la spéculation.

## **2.2.2 LA FORMATION DE LA VALEUR**

### **2.2.2.1 L'ATTRIBUTION DES VALEURS SUR LE MARCHÉ PRIMAIRE**

On distingue habituellement deux extrémités sur le continuum du marché de l'art ; d'un côté on retrouve le marché de l'art classé, qui présente des œuvres issues du canon de l'histoire de l'art et qui ont passé l'épreuve du temps et de l'autre, le marché de l'art contemporain. Raymonde Moulin isole les deux extrêmes par les méthodes utilisées pour attribuer la valeur économique aux œuvres. Dans le premier cas, on décerne la valeur selon les qualités artistiques des objets ainsi que par leur rareté, puisque le nombre d'objets mis à la disposition

---

<sup>18</sup> Le *punctum* et le *studium* sont des termes introduits par Roland Barthes en 1980 dans son ouvrage *La Chambre claire*.

des acheteurs est limité. Bien que ces variables s'appliquent aussi d'une certaine manière à la formation de la valeur des œuvres sur le marché contemporain, c'est l'incertitude quant à la valeur de l'œuvre qui agit le plus fortement dans le marché de l'art actuel (Moulin 1995a : 209). Pour pallier cette incertitude, les vendeurs ainsi que les acheteurs se tournent vers les instances de légitimation mentionnées plus tôt, qui tendent à rétablir le déséquilibre quant à la valeur des objets. Un autre obstacle qui concerne la vente de l'art contemporain est l'asymétrie de l'information, qui se produit lorsqu'une des deux parties, habituellement le vendeur, en connaît plus que l'autre sur l'œuvre et l'artiste. L'information est un avantage capital sur le marché et le consommateur peut parfois être laissé volontairement dans l'ignorance.

Puisque notre recherche est principalement fondée sur les œuvres modernes et actuelles, c'est le fonctionnement de ces galeries que nous avons ciblé. Le marchand d'art actuel qui se voit attribuer l'entière production d'un artiste se retrouve dans une position de monopole. Deux choix s'offrent alors à lui : sa première option est de stocker les œuvres acquises à bas prix afin de choisir consciencieusement leur prochain propriétaire ou la collection réputée qui ferait leur acquisition. De cette façon, le promoteur a la possibilité de consolider la réputation de l'artiste, en espérant créer un engouement pour son œuvre et par conséquent, une hausse de prix progressive. La seconde option qui s'offre au galeriste est de vendre rapidement les œuvres et d'augmenter leur prix afin de hausser artificiellement la réputation de l'artiste et d'encourager les ventes à intérêt spéculatif. Chez ceux qui misent sur cette stratégie, on retrouve les grandes galeries reconnues, qualifiées de *leaders*<sup>19</sup>, qui possèdent un important capital culturel. Grâce au réseau de petites galeries qui leur sont associées, en plus du monopole international qu'ils ont ensemble sur la production d'un artiste, elles réussissent à gonfler les prix (Moulin 1995a : 212-215).

Les marchands privilégient plutôt les ventes effectuées aux grands musées et aux collectionneurs réputés qui pourront, grâce à leur statut reconnu, donner un prestige à un objet simplement par son acquisition. Même si dans la majorité des cas, les œuvres se vendent à des prix inférieurs à ceux qu'elles auraient rapportés en enchères, les marchands apprécient avoir

---

<sup>19</sup> Terme consacré par Raymonde Moulin, dans son ouvrage *L'artiste, l'institution et le marché* pour distinguer les galeries qui « fixent la tendance dominante » des galeries découvreuses qui cherchent, pour leur part, à représenter des artistes prometteurs, mais encore peu connus (Moulin 2009 : 47).

le contrôle sur les prix et sur la biographie de l'œuvre et par le fait même, sur la carrière des artistes qu'ils supportent (Velthuis 2005b : 81-82).

Au fil de ses recherches et au terme d'une étude quantitative du prix accordé aux œuvres sur le marché primaire, Velthuis a regroupé les prix des œuvres par caractéristiques, de manière à déterminer les facteurs qui influencent la valeur économique. Le matériau est l'élément capital qui sert à établir la valeur accordée à une œuvre. En effet, selon les résultats obtenus, Velthuis affirme que les peintures à l'huile sont les plus dispendieuses sur le marché primaire. La dimension de l'œuvre influe aussi sur le prix, qui se voit augmenté plus grande est la taille. Quant aux raisons qui justifient l'influence de ce facteur, la théorie de l'offre et de la demande est peut-être en cause, puisqu'une œuvre plus chère à produire sera vendue à plus fort coût (Velthuis 2005b : 103-104). Conséquemment, Velthuis précise que le temps de production pour une peinture à l'huile est imposant, l'œuvre est donc plus dispendieuse à créer et sera vendue à un prix plus élevé qu'un dessin ou une lithographie d'un même artiste. L'identité du créateur est un facteur supplémentaire qui a une importance considérable sur le prix accordé à une œuvre. En effet, une règle toute simple est présente dans le milieu du marché de l'art : plus un artiste vend, plus chères se vendent ses œuvres (Velthuis 2005b : 104-106).

Les marchands imposent le prix des œuvres selon les artistes en suivant deux routes différentes : soit ils débutent en proposant des bas prix et, lorsque l'artiste connaît du succès, ils augmentent graduellement les prix, ou alors, ils fixent les prix selon les goûts actuels des collectionneurs. Toutefois, cette tactique est risquée et peu recommandée, puisque les prix ne peuvent jamais être descendus, sous peine de voir la confiance en l'artiste chuter et d'assister à la stagnation de ses ventes.

#### **2.2.2.2 L'ATTRIBUTION DES VALEURS SUR LE MARCHÉ SECONDAIRE**

Le principe de formation de la valeur dans les ventes aux enchères est de regrouper en un même lieu des acheteurs souhaitant acquérir une même œuvre, puis de les entraîner à enchérir jusqu'à ce qu'un acheteur propose une mise qui ne pourra être surpassée. L'effet d'entraînement est justement un des facteurs qui font que ces ventes se déroulant sur le marché

secondaire atteignent des sommets record pour les prix d'œuvres. Le collectionneur intéressé qui lève sa palette et mise sur une œuvre contribue lui-même à la légitimation de la valeur d'une œuvre. Cet effet est décuplé si le collectionneur est reconnu et célèbre, car sa participation pourrait engager d'autres acheteurs présents dans la salle à miser sur une œuvre qui ne les passionnait pas particulièrement de prime abord. C'est justement pour éviter une surenchère de leurs compétiteurs que les sommités, souvent, ne se présentent pas sur place lors des ventes, mais choisissent plutôt d'envoyer un émissaire ou d'opter pour les technologies que les maisons de vente mettent à leur disposition comme les téléphonistes ou les mises via les plateformes web.

Les mises débutent autour d'une estimation déterminée grâce aux informations fournies par des experts engagés par les firmes de vente aux enchères. La mission de ces connaisseurs est de donner aux deux parties, soit les vendeurs ainsi que les acheteurs, toutes les informations nécessaires relatives aux œuvres afin d'éviter tout litige causé par un déséquilibre de l'information. C'est aussi à cet expert que revient la tâche d'estimer la valeur financière d'une œuvre. Pour cela, il doit prendre en compte les caractéristiques de l'œuvre, les conditions de la vente et l'état du marché ; la provenance<sup>20</sup>, la taille, la réputation de l'artiste et les ventes antérieures sont toutes des caractéristiques qui influent sur l'estimation.

Il existe toutefois une pratique presque exclusive au marché de l'art classique qui repose sur les failles des experts. En effet, certains collectionneurs ou marchands du secteur secondaire sont à la recherche d'œuvres ayant été mal-attribuées, c'est-à-dire des objets pour lesquels les experts auraient négligé des informations qui agiraient sur leur valeur<sup>21</sup>. Les mises doivent être réalisées avec subtilité, puisque l'intérêt pour une de ces œuvres, à première vue sans grande valeur peut éveiller les soupçons chez les autres enchérisseurs. Ces « œuvres en dormance »<sup>22</sup> sont donc achetées à bas prix, passant inaperçues auprès des experts comme des

---

<sup>20</sup> Biographie de l'œuvre. Plus une œuvre a fait partie de collections ou a été entre les mains de possesseurs renommés, plus cela lui confère un statut important qui sera traduit en valeur financière.

<sup>21</sup> Une œuvre qui serait attribuée à l'école, au cercle ou à un suiveur inconnu d'un grand maître plutôt que de la main de l'artiste renommé, ou encore une œuvre anonyme.

<sup>22</sup> Traduction libre du terme « *sleeper* ».

collectionneurs rivaux, dans le but de les revendre à fort prix, après une réévaluation ou une nouvelle attribution certifiée par des experts <sup>23</sup>.

Les caractéristiques propres aux œuvres ont certainement elles aussi un impact sur les prix atteints. En effet, la couleur dominante, le sujet et la taille influent tous sur la valeur attribuée à une œuvre. Ainsi, Cappellazzo précise que :

Les œuvres de teinte brunâtre se vendent moins bien que les peintures bleues ou rouges. De plus, des œuvres mornes ou mélancoliques se vendront moins bien qu'une peinture qui rend les gens heureux. [...] Un nu masculin ne se vendra pas aussi bien qu'une femme plantureuse <sup>24</sup> (Thornton 2009 : 24).

En ce qui concerne la taille de l'œuvre, Capellazzo précise que tout ce qui est trop grand pour être facilement transporté attire moins de collectionneurs, tout comme les médias autres que la peinture, qui embarrassent et inquiètent les acheteurs, en particulier les créations qui nécessitent une installation complexe ou un branchement. En plus, Capellazzo ajoute que la corrélation entre qualité esthétique et prix sur le marché secondaire est très faible (Thornton 2009 : 24).

En somme, nous constatons que le marché de l'art est un système où règne le mimétisme des grandes institutions et des événements internationaux, comme des collectionneurs et des prix antérieurs atteints par les œuvres et leurs artistes. Cette appréhension généralisée chez les collectionneurs détermine aussi la formation des prix des œuvres et les instances marchandes doivent impérativement minimiser les craintes et les changements de valeur dans leur processus même d'application et de justification des prix. Ce survol sociologique des mécanismes de formation de la valeur des œuvres d'art, ainsi que de la mise en vente des objets artistiques, permet de mieux comprendre ce phénomène de la vente des œuvres « sans valeur », matière du prochain chapitre qui porte sur la pratique des économies imaginaires.

---

<sup>23</sup> Information récoltée chez Philip Mould&Company, Londres, réputée pour ce type de pratique.

<sup>24</sup> Traduction libre : « *Brown paintings don't sell as well as blue or red paintings. A glum painting is not going to go as well as a painting that makes people feel happy. [...] A male nude doesn't usually go over as well as a buxom female* ».



## CHAPITRE TROIS : LES ÉCONOMIES IMAGINAIRES SUR LE MARCHÉ DE L'ART

Karl Marx explique que la valeur de toute chose est exprimée par son rapport à une autre (Marx 1969). Ainsi, la valeur n'est pas intrinsèque à l'œuvre d'art, mais dépend plutôt de réseaux externes pour se définir. Comme nous l'avons vu au dernier chapitre, plusieurs facteurs régissent l'attribution des valeurs marchande et symbolique des œuvres sur le marché de l'art. Nous avons en effet abordé les différentes étapes qui entourent l'offre des œuvres sur les marchés, leur vente et leur achat. Toutefois, qu'en est-il des œuvres qui ont pour sujet l'économie ou le marché de l'art lui-même ? À propos de l'application de la valeur aux formes divergentes en art contemporain, Carole Talon-Hugon explique qu' « ayant perdu l'étalon or de la valeur esthétique, la valeur des œuvres d'art flotte » (Talon-Hugon 2004 : 63).

Afin d'étudier les nuances quant à la détermination des valeurs sur le marché de l'art, nous observerons la vente des œuvres que nous regroupons dans la catégorie des économies imaginaires, sur le marché primaire et secondaire. Dans le cas où les économies imaginaires se vendent peu ou mal, nous examinerons les raisons qui affectent cette situation. Tout d'abord, nous nous pencherons sur la question de la marchandisation de l'art conceptuel en demandant si la forme que prennent les œuvres que nous classons sous la dénomination d'économies imaginaires pourrait avoir un impact sur le manque d'intérêt commercial qui leur est accordé. Nous nous interrogerons sur le marché de l'art, en nous penchant sur son conservatisme apparent. Par la suite, nous nous tournerons vers les consommateurs et collectionneurs en examinant les motivations de leurs achats et en les reliant avec le sujet même des économies imaginaires. Finalement, nous nous arrêterons sur le pôle des artistes et tenterons de comprendre si leur réticence à évoluer dans le marché de l'art pourrait être reliée au décalage existant entre ces deux sphères opposées.

### **3.1 LE MARCHÉ PRIMAIRE**

En ce qui concerne le marché primaire, il y a lieu de se demander si les économies imaginaires se retrouvent en galerie. Toutefois, cette branche du marché de l'art est complexe à présenter, puisque les registres de vente des galeries sont privés. En outre, quelques artistes actuels mentionnés au premier chapitre sont représentés par des galeristes sur le marché primaire. Bien que les marchands ne rendent pas publiques les statistiques de ventes, nous pouvons présumer que les transactions entourant les œuvres de ces artistes soient fructueuses, puisque les galeries, bien qu'elles se réclament d'être des lieux de diffusion des artistes, restent tout de même des entreprises à but lucratif.

### **3.2 LE MARCHÉ SECONDAIRE**

Certains analystes dénotent une hausse du nombre de collectionneurs qui seraient de plus en plus attirés par les profits et qui achèteraient l'art à des fins d'investissement, ou afin d'acquérir un statut symbolique, prenant ainsi la place des acheteurs « sérieux » qui cherchent à mettre la main sur des œuvres qui leur plairaient et qui souhaitent suivre la carrière d'un artiste (Velthuis 2012 : 20). Ces acheteurs spéculatifs sont précédés par une mauvaise réputation, car ils revendent leurs œuvres dès que les artistes deviennent prisés. Ainsi, ils sont souvent tenus à l'écart des grandes galeries qui souhaitent garder le contrôle de la carrière de leurs artistes, pour qui les achats spéculatifs peuvent être catastrophiques et mener à une dévaluation de productions entières. Ces collectionneurs se tournent alors vers les grandes maisons de vente, qui, ravies de pouvoir céder des lots à des prix record, ne rechignent pas à cette tendance spéculative du commerce de l'art (Velthuis 2012 : 21). De ce fait, les maisons de vente, traditionnellement orientées vers l'art classique, développent un penchant pour l'art contemporain, puisque celui-ci est caractérisé par une offre illimitée qui permet d'atteindre de nouveaux sommets financiers. En effet, on observe des hausses plus abruptes pour l'art moderne et contemporain que pour les œuvres classiques, où le prix est élevé, mais plutôt régulier, ce qui fait rarement la une des manchettes (Velthuis 2012 : 21). Par ailleurs, Isabelle Graw affirme que c'est justement parce qu'il est impossible de rendre la valeur symbolique

des pratiques artistiques conforme à la logique commerciale, que l'art peut alors atteindre des prix exorbitants (Graw 2012 b : 184).

### **3.2.1 LES STATISTIQUES GÉNÉRALES DU MARCHÉ SECONDAIRE**

Afin de mieux comprendre le contexte de diffusion de l'art conceptuel et des économies imaginaires, nous présenterons un bref portrait du marché secondaire actuel<sup>25</sup>. Tout d'abord, dans toutes les ventes de beaux-arts, ce sont les œuvres des périodes moderne et d'après-guerre, suivies par l'art contemporain, qui atteignent le sommet des ventes en ce qui concerne le nombre de lots vendus et les sommes totales atteintes (figures 34 et 35). À cet égard, depuis un certain temps, le marché de l'art contemporain est un empire en pleine expansion. En effet, malgré plusieurs importantes fluctuations, le marché de l'art contemporain n'a cessé de croître depuis les quinze dernières années. Les experts ont effectivement observé une expansion du produit des ventes de 1 800%, depuis le tournant du siècle. Alors qu'il y a de cela quelques années, l'art classique et les œuvres des Impressionnistes se plaçaient en tête de classement des revenus enregistrés par les maisons de vente, ces deux époques ont récemment été déclassées par les ventes d'art contemporain. C'est aussi autour de cette tranche historique, généralement amalgamée avec l'art d'après-guerre, que les maisons de vente investissent le plus sur le plan de l'événementiel et du marketing<sup>26</sup>.

En ce qui concerne les techniques et le médium des œuvres vendues, il existe une grande disparité sur le marché de l'art. Plus encore, en art contemporain, on observe que la peinture se classe largement devant tous les autres médiums, avec 24 200 lots vendus entre juillet 2014 et juin 2015. Les œuvres réalisées à l'aide de cette technique constituent 43% du nombre de toutes les ventes d'art contemporain et 61,2% des recettes. Loin derrière la peinture et sa prépondérance sur le marché, les dessins atteignent 28% du nombre de lots vendus et se

---

<sup>25</sup> Nos graphiques proviennent des bilans généraux Artprice 2014 et 2015, ainsi que du rapport sur le marché de l'art contemporain 2015.

<sup>26</sup> En 2015 par exemple, la maison de vente Sotheby's a organisé un souper thématique dédié à son riche cercle de collectionneurs et d'initiés, en parallèle à une vente. Le même organisme propose également des concerts privés ou encore des truffes conçues par une chocolatière réputée, tous inspirés par certaines des œuvres vendues. (Sotheby's : 2015).

retrouvent quant à eux au second rang, en totalisant 15 400 lots vendus (figure 36). Le nombre de ventes qui sépare les deux premières marches du podium atteint donc près de 10 000 œuvres. Ces deux techniques sont suivies par la sculpture, la photographie et l'estampe. La catégorie « autre », qui regroupe bon nombre des œuvres de notre corpus, compte de son côté, moins de 1% de part du marché et du nombre de ventes (Artprice 2015).

Dans une ère où les différentes techniques ont gagné du terrain sur la peinture, dans le domaine de la création du moins, comment expliquer la prédominance du médium pictural sur le marché de l'art contemporain ? Le rapport annuel 2014 de Artprice réalisé en collaboration avec l'Art Market Monitor of Art avance que :

Si la photographie est peu à peu parvenue à se tailler une place sur le marché de l'art, les supports alternatifs comme la vidéo ou les installations imposantes constituent encore une part très marginale des lots proposés aux enchères et sont souvent réservés essentiellement aux institutions (Artprice 2014 : 22).

Isabelle Graw s'est elle aussi penchée sur la question en affirmant qu'« acquérir une œuvre d'art signifie prendre le contrôle de la capacité de travail de l'artiste et par conséquent, d'obtenir une tranche de sa vie »<sup>27</sup> (Graw 2012: 46-47). Ce que Graw implique par cette affirmation, est que lorsqu'on achète une œuvre, on achète en réalité une personne : son créateur. L'auteure postule que la présence de l'artiste se manifeste plus en peinture que dans toutes les autres techniques, puisqu'avec le pinceau et la matière, il laisse sa trace, sa marque. Outre sa signature cursive, l'artiste laisse une signature physique sur la toile. La peinture, toujours selon Graw, devient une « quasi-personne », puisqu'on y retrouve des signes qui montrent l'absence de la présence antérieure de l'artiste. Ce contact indirect avec le peintre par son œuvre est ce qui expliquerait que la peinture soit aussi prisée lors des différentes ventes, tant sur le marché primaire que secondaire (Graw 2012). Ainsi, bien que les transactions et les événements entourant l'art contemporain se soient multipliés au cours des dernières années, ceux des maisons de ventes restent dominés par un médium traditionnel : la peinture.

---

<sup>27</sup> Traduction libre : « *Acquiring a work of art means getting a hold on the artist's labour capacity, and therefore owning a slice of their lives* ».

### 3.2.2 LES VENTES SUR LE MARCHÉ SECONDAIRE

Afin de mieux cerner la vente des économies imaginaires sur le marché secondaire, nous avons procédé à un recensement des ventes des artistes présentés au premier chapitre, à partir du registre de Artprice. De tous les artistes mentionnés dans les différentes catégories des économies imaginaires, seuls quelques-uns retrouvent leurs œuvres vendues sur le marché des enchères.

De prime abord, les œuvres qui peuvent être considérées comme ayant une approche critique face à l'institution ou comme étant en réaction contre le marché, ne semblent se retrouver que très rarement dans les registres de ventes aux enchères. Ces œuvres correspondent à trois de nos catégories précédemment définies : *L'innovation*, *Le regard critique* et *La transposition*. Par contre, on note un nombre astronomique de ventes de lots d'œuvres de la catégorie que nous avons intitulée *La copie de l'iconographie monétaire*. De surcroît, les œuvres de ce dernier groupe, en plus d'être offertes sur le marché secondaire, parviennent à atteindre des sommets impressionnants. À titre d'exemple, les sérigraphies, peintures et impressions d'Andy Warhol qui représentent soit le signe de dollar, soit le billet de banque américain, sont extrêmement populaires. En effet, si nous comptons uniquement les ventes ayant eu lieu en 2015, plus de 50 œuvres de Warhol appartenant à cette catégorie ont été présentées dans les maisons de ventes à travers le monde. En outre, en novembre 2009, sa sérigraphie *One Dollar Bills* se hisse au 11<sup>e</sup> rang de ses œuvres les plus onéreuses vendues aux enchères, en atteignant 39 millions de dollars (figure 37). Plus près de nous, l'artiste Mathieu Beauséjour a vu sa série *Kings and Queens of Québec* vendue par la firme Waddington's à Toronto (figure 38). Cette œuvre qui déploie un propos plus politique qu'économique se présente toutefois sous une iconographie monétaire. L'artiste américaine Amie Siegel n'a qu'un seul enregistrement de vente, celui de son œuvre *Provenance* (figure 39). Cette vente est le sujet de ses œuvres *Lot 248* et *Proof* dont nous avons traité au chapitre premier. Moridja Kitenge pour sa part ne se retrouve pas dans les archives d'adjudication.

Dans le cas de la catégorie *L'innovation*, les œuvres d'Yves Klein sont très communes sur le marché secondaire. Toutefois, bien qu'il y ait près de 1 500 lots proposés à la vente, aucun ne se rattache à ses économies imaginaires. En effet, on retrouve un grand nombre de

Monochromes et d'Anthropométries, ainsi que ses sculptures-éponges saturées de bleu IKB. Toutefois, les *Zones de sensibilité picturale immatérielle* ne sont pas présentées. On remarque néanmoins la présence des photographies du *Saut dans le Vide*, ainsi que les exemplaires du journal *Dimanche. Le journal d'un seul jour* dans lequel le photomontage fut publié (figures 40 et 41). Composé de quatre pages, le journal réalisé en parallèle à ses expérimentations sur l'immatériel se déclinait entièrement sous le thème du vide (Riout 2009 : 38). En ce qui concerne Marcel Broodthaers, une seule entrée rapporte non pas la vente d'un de ses *Lingots d'or* créés pour son *Musée d'art moderne, Département des aigles*, mais pour une photographie de ces objets (figure 42). Enfin, on retrace, depuis 1990, 54 ventes différentes des exemplaires de *Merda d'artista* de l'artiste italien Piero Manzoni (figures 43 et 44). Le prix de ces œuvres, plusieurs fois invendues, varie entre 56\$, prix atteint en 2015 chez Artesegno Casa d'Aste, en Italie, et 232 155\$, somme obtenue en 2016 lors d'une vente chez Christie's à Londres.<sup>28</sup>

Bien peu des artistes regroupés dans la catégorie *Le regard critique* voient leurs œuvres proposées sur le marché secondaire. En effet, une seule œuvre d'Andrea Fraser se retrouve dans une vente de Hampel Kunstauktionen, maison de vente de Munich, en Allemagne (figure 45). Toutefois, cette photographie intitulée *Exhibition Stills* qui documente une performance de l'artiste n'entre pas dans ce que nous définissons par économie imaginaire. Plus encore, cette œuvre, bien que proposée, ne fut pas vendue. Ensuite, pour un artiste avec la renommée de Haacke, il peut être surprenant de ne retrouver que 27 adjudications sur le marché des ventes aux enchères. Toutefois, sa réputation d'artiste engagé et son analyse sévère des institutions culturelles peuvent expliquer cette exclusion. Dans cette liste, on recense la vente de plusieurs photographies, ainsi qu'un de ses *Condensation Cubes*. Ce cube est l'œuvre de l'artiste qui a atteint la plus grande somme, soit 59 356\$ en 2014 chez Christie's à Londres (figure 46). On retrouve également dans les œuvres de Haacke proposées aux enchères une photographie qui entre dans la catégorie des économies imaginaires : *Reaganomics* consiste en un portrait de Ronald Reagan où est ajoutée la phrase « Oui, mon fils collectionne aussi le

---

<sup>28</sup> Nous n'incluons pas dans cette section les enregistrements de vente pour les productions de Damien Hirst ou de Nicolas Grenier, puisque ce ne sont pas leurs œuvres, mais bien leur appropriation du marché qui fait que leur pratique entre dans notre dénomination d'économie imaginaire. Ainsi, nous avons déjà noté au chapitre premier que leurs tentatives pour bouleverser les conditions du marché en réinventant les méthodes de vente se sont révélées fructueuses.

chômage ! »<sup>29</sup> (figure 46). Étant donné qu'elle fut réalisée au début du mandat de Reagan et qu'elle commente ses réformes économiques en mettant en évidence le discours populiste du président des États-Unis, l'œuvre entre dans la catégorie des économies imaginaires qui se prononcent non seulement sur l'économie, mais aussi, et principalement sur la politique. La photographie a été vendue par Christie's en 2012 pour la somme considérable de 50 288\$. Ce résultat est néanmoins exceptionnel pour cette catégorie, quand on pense par exemple à l'artiste montréalais David Tomas qui, pour sa part, ne voit aucune de ses œuvres proposée sur le marché secondaire.

Enfin, les artistes issus de notre catégorie *La transposition* semblent eux aussi boudés par le marché secondaire. Le collectif d'artistes Goldin+Senneby est présent à une seule reprise dans le répertoire de Artprice, pour la vente de l'œuvre intitulée *Fiction on Auction* (figure 47) pour laquelle l'acheteur acquerrait non pas une œuvre matérielle, mais voyait plutôt son nom donné à un personnage dans le prochain roman des artistes, *Looking for Headless*. Finalement, Richard Ibghy et Marilou Lemmens ne figurent pas dans les ventes enregistrées.

Un cas que nous tenons à présenter, puisqu'il entretient des liens autant avec le marché qu'avec la création artistique, est celui de la vente aux enchères *Two in One*, organisée par les centres néerlandais d'art contemporain De Appel et Witte de With, en collaboration avec Christie's Amsterdam en 2009. Cette vente était précédée par *Take the Money and Run*, un espace de création et de réflexion autour de la vente aux enchères, où les artistes étaient invités à se pencher sur les relations entre la valeur économique et symbolique de l'art. On conviait alors les trente artistes présents à créer une œuvre sur une feuille de papier A4, qui réfléchissait et discutait des changements du système de valeur de l'art après la crise financière qui venait d'être vécue, en 2008 (E-flux 2009). Ces œuvres, allant de dessins, textes, performances, déclarations à ouvrages conceptuels étaient par la suite mises en vente lors de l'enchère (E-flux 2009). L'œuvre de Louise Lawler découlant de ce projet, intitulée *People who expressed interest in this work also bid on the following*<sup>30</sup> (figure 48) et qui recensait,

---

<sup>29</sup> Traduction libre : « *Yes, my son collects unemployment, too!* ».

<sup>30</sup> Traduction libre du titre de l'œuvre : « Les gens qui ont montré un intérêt pour cette œuvre ont aussi misé sur ».

comme son titre l'indique, les offres d'achat antérieures de son acheteur, a fait partie de l'exposition *Proposé aux enchères* de David Tomas.

### 3.3 LA PLACE DE L'ART CONCEPTUEL SUR LE MARCHÉ

Si la peinture remporte les faveurs des collectionneurs et des maisons de vente sur le marché secondaire et que les économies imaginaires ne sont que très peu visibles dans ces sphères, il y a lieu de se demander si ce retard pourrait être en lien avec leur filiation à l'art conceptuel. Bien que l'art conceptuel découle du courant minimaliste, plusieurs principes qui le régissent sont fondamentalement différents de son prédécesseur. En effet, alors que les artistes minimalistes cherchaient une réduction des aspects formels en art, les artistes conceptuels souhaitaient pour leur part à aller jusqu'au dépouillement de toute matérialité, au profit de l'idée. D'un côté, les premiers portaient de l'idée que « moins il y en a, mieux c'est<sup>31</sup> », alors que les seconds désiraient exprimer plus avec moins (Lippard 2001 : xiii).

Sol Lewitt, artiste conceptuel de la première vague, dans une entrevue donnée en 1967, définissait l'art conceptuel en annonçant que « [...] l'idée ou le concept se devait d'être l'aspect le plus important de l'œuvre. » Il ajoutait ensuite que

[...] quand un artiste utilise une forme conceptuelle d'art, il faut que toute la planification et les décisions aient été convenues en amont, et que l'exécution et le résultat deviennent sommaires. L'idée devient alors une machine qui crée l'art. [...] [L'art conceptuel] est habituellement libéré de la dépendance à la dextérité de l'artisanat exigée de l'artiste.<sup>32</sup> (Lewitt 1967).

Respectant aisément ces propositions, il est incontestable que les économies imaginaires soient classées dans le sillage et la tradition de l'art conceptuel.

En ce qui concerne justement la commercialisation de l'art conceptuel, Maria Lind propose pour sa part l'idée que l'expansion du marché de l'art contemporain soit due, entre autres, à la

---

<sup>31</sup> Traduction libre : « *Less is more* ».

<sup>32</sup> Traduction libre « [...] *the idea or concept is the most important aspect of the work. When an artist uses a conceptual form of art, it means that all of the planning and decisions are made beforehand and the execution is a perfunctory affair. The idea becomes a machine that makes the art. [...] It is usually free from the dependence on the skill of the artist as a craftsman* ».



proéminence d'un art divertissant et facilement compréhensible, alors que les productions qui cherchent à susciter les réflexions sont de plus en plus placées à l'écart des circuits du commerce de l'art. Paradoxalement, l'auteure désigne le *boom* du marché de l'art que nous avons connu au début du 21<sup>e</sup> siècle, comme une des raisons ayant causé cette prise de distance vis-à-vis de l'art plus intellectuel. Plus encore, Lind ajoute que le rendement économique serait devenu une valeur en soi de l'art contemporain (Lind 2012 : 8).

Par conséquent, si les économies imaginaires sont aussi peu vendues que nous avons pu le constater, pourrait-on supposer qu'outre le matériau utilisé pour leur conception, le fait qu'elles soient des œuvres conceptuelles pourrait nuire à leur vente ?

### **3.3.1 L'ART EN RÉACTION CONTRE LE MARCHÉ**

L'art conceptuel et ses dérivés étaient conçus, au départ, au sein d'une idéologie où les artistes souhaitaient créer à l'écart du circuit commercial. En effet, Raymonde Moulin qualifie de « dirigées vers le musée » les pratiques artistiques qui s'avèrent irrécupérables par le marché. Les productions de ce genre sont le fruit d'une double contestation : celle de l'art et celle du marché (Moulin 1997). Ce type d'art bat son plein pendant les années 1960 et 1970, avec des mouvements tels l'Arte Povera, l'art minimal, le land art, l'art conceptuel et les nouveaux supports comme la vidéo ou encore l'art numérique. Tous ces nouveaux procédés changent la manière de diffuser le travail des artistes. Cet art, qualifié d'hermétique par certains, doit à la communauté artistique et aux institutions le soutien dont il a eu besoin pour survivre au départ. En effet, ces productions ont souvent besoin d'espaces publics pour leur diffusion et également pour assurer leur légitimation. Les premiers acteurs qui accordent une place importante à ce type d'art sont donc les musées, qui encouragent financièrement les créateurs de telles œuvres ; leurs formes de financement s'étendent de la commande desdites œuvres, au défraiement des coûts de déplacement des artistes et de leur production, en passant par l'achat d'œuvres des artistes. Dans le cas de l'art dirigé vers le musée, l'institution se voit octroyer le rôle de mécène, car en agissant comme commanditaire d'œuvres, elle soutient la création qui ne serait, autrement, supportée par aucune autre instance (Moulin 1997 : 68).

Par contre, malgré ce que les artistes veulent bien penser, le marché n'est jamais réellement exclu de ce type de production. En effet, l'économiste Noah Horowitz a expliqué que le marché et l'art conceptuel et expérimental s'adaptent l'un à l'autre. En effet, d'un côté, le marché s'approprie les termes de ce type de production singulière, alors que les artistes et leurs marchands, sans s'y plier complètement, ne peuvent ignorer les règles du marché (Horowitz 2011 : 140). Ainsi, afin de pouvoir vendre cet art, les galeries doivent s'adapter au type d'œuvres produites. Par exemple, les marchands concentrent leur offre sur ce qu'il est possible d'exposer chez les collectionneurs, comme les traces visibles et permanentes des œuvres souvent éphémères. Ces traces se déploient sous forme de dessins préparatoires ou encore de photographies. En ce qui concerne les œuvres elles-mêmes, certaines galeries prestigieuses savent que les grands collectionneurs, les collections d'entreprises, les commandes publiques ou encore les musées ont la capacité de se les procurer (Moulin 1997). Ce penchant de l'art conceptuel et expérimental, qui consiste à reprendre les mécanismes des marchés traditionnels pour rendre les œuvres plus attrayantes aux collectionneurs, se retrouve également dans le processus de création de ces artistes. En effet, James Meyer précise au cours d'une table ronde sur le marché de l'art contemporain organisée par *Art Forum*, que les artistes conceptuels choisissent souvent de numéroter et de créer des éditions de leurs œuvres éphémères ou intangibles, en plus d'émettre des certificats d'authenticité qui balisent la rareté et la valeur de ces œuvres non conventionnelles (Griffin et al. 2008).

Ainsi, les musées furent les premiers à présenter et diffuser ce genre de production artistique. C'est grâce au travail des conservateurs qui ont agi à titre de promoteurs, que les ventes d'art minimaliste et de l'Arte Povera sont si lucratives aujourd'hui. En effet, les grands collectionneurs ont été encouragés par les musées qui ont accueilli entre leurs murs un art qui ne semblait pas convenir à d'autres espaces et qui l'ont fait entrer dans les canons de l'Histoire de l'art. C'est grâce à leurs expositions fortement publicisées que les musées ont contribué à rendre la production de l'art en contestation du marché désirable pour ces amateurs toujours à la recherche de nouvelles acquisitions pour enrichir leurs collections (Moulin 1997 : 68). Depuis quelques années, les grandes maisons d'enchères ont commencé à s'intéresser à la vente de ces œuvres précédemment qualifiées d'invendables. D'ailleurs, c'est en novembre

2011, qu'a eu lieu à Londres la première vente dédiées aux œuvres du mouvement Arte Povera, lors de l'événement *Eyes Wide Open : An Italian Vision*, à la maison Christie's.

Les collectionneurs voient eux aussi leur rôle se métamorphoser. En effet, dans les années 1960, les médias se sont mis à couvrir le marché de l'art contemporain et, en plus de mettre les artistes sous les feux des projecteurs, ont entrepris de faire de même avec les acheteurs d'art expérimental (Alberro 2003 : 7). D'un autre côté, Horowitz affirme que la responsabilité des collectionneurs passe de celle de simples acheteurs à celle de mécènes. L'auteur explique effectivement que ceux qui acquièrent des œuvres d'art conceptuelles n'acquièrent pas vraiment des objets, mais agissent plutôt comme subventionnaires de l'activité artistique de ces artistes. Plus encore, l'acheteur, en plus de l'œuvre sous sa forme physique ou encore intellectuelle, se soumet à des obligations spécifiées par l'artiste et sa galerie entourant la préservation et la présentation de l'œuvre, qu'il consent à respecter (Horowitz 2011).

### **3.3.2 LA VENTE DE L'ART CONCEPTUEL**

L'art lui-même est un concept de jugement de valeur, puisque l'on distingue ce qui est art de ce qui ne l'est pas. En effet, la dénomination « art » est devenue une façon de distinguer les pratiques canoniques des formes moins reconnues comme l'artisanat. Ainsi, tout comme dans le domaine de l'économie il y a, en art, un processus d'évaluation. Cela entraîne que des aspects économiques soient concevables dans la notion même d'art (Graw 2012b : 185). D'un autre côté, le prix associé aux œuvres d'art est, de nos jours, indépendant du coût de leur production (Thompson 2010 : 190). Dans ce cas, comment attribuer une valeur à des œuvres conceptuelles, qualifiées d'immatérielles par Lucy Lippard (Lippard : 2001)?

Le galeriste Seth Siegelaub, reconnu comme un grand promoteur de l'art conceptuel aux États-Unis, a représenté les artistes émergents en suivant son adage qui stipulait que n'importe quelle œuvre, si peu conventionnelle soit-elle, pouvait se vendre, si elle était commercialisée convenablement (Alberro 2003 : 11). Noah Horowitz, dans son ouvrage *Art of the Deal*, se penche justement sur la vente de productions artistiques qu'il regroupe sous la dénomination d'art expérimental et qui rassemble plusieurs formes d'art d'avant-garde des années 1970,

dont plusieurs pratiques conceptuelles. L'économiste annonce comme point de départ que les ventes des œuvres d'art conceptuel sont plus fréquentes qu'il n'y paraît et qu'elles sont régies par de nombreuses règles. En effet, puisqu'il s'agit d'un type de production où l'objet est d'une importance moindre que les idées, qui sont pour leur part au centre de la création, les artistes, comme les marchands et les collectionneurs, ont dû adapter leur façon de vendre et d'acheter les œuvres. En ce qui concerne les artistes, ceux-ci ont commencé à créer en parallèle de leurs œuvres, différents certificats et conditions de vente leur permettant de préserver la mainmise sur leurs créations. Isabelle Graw indique quant à elle que la tâche même des artistes, depuis les années 1960, a évolué. En effet, l'artiste doit dès lors s'occuper non seulement de la création de ses œuvres, mais également d'en produire la signification, en plus de s'occuper de son marketing (Graw 2012b : 193).

Dan Flavin est un des premiers artistes qui a soumis ses acheteurs à des contraintes concernant la vente de ses œuvres. Un article majeur de ses contrats concernait la conservation de ses œuvres lumineuses, en spécifiant que le remplacement des tubes de néon devrait être pris en charge par l'acheteur. En s'appropriant le droit d'émettre des règles quant à la transmission de leurs œuvres ou encore en décrivant des règles concernant la vente et la revente de leurs œuvres, les artistes regagnent le pouvoir sur leur production tout en prenant conscience de leur importance économique (Horowitz 2011 : 99).

Dans le cas de l'art conceptuel, où l'idée l'emporte sur l'objet, le collectionneur n'achète plus vraiment des objets, mais plutôt la propriété intellectuelle qui a donné naissance à l'œuvre en tant que création légitime de l'artiste (Horowitz 2011 : 105). En effet, Horowitz explique que l'on n'achète plus vraiment des objets, mais la propriété intellectuelle qui a donné naissance à l'œuvre en tant qu'objet légitime de l'artiste et donc, dans le cas d'artistes qui produisent des œuvres dégradables, comme Damien Hirst ou Dan Flavin, l'acheteur acquiert le droit et même l'obligation de les renouveler ou de les restaurer (Horowitz 2011 : 105). Parallèlement, Julie Verlaine explique qu'à partir du moment où les artistes relèguent la qualité esthétique et la noblesse des matériaux au second plan, les marchands se tournent vers la démarche artistique comme mode d'attribution de la valeur pécuniaire (Verlaine 2010 : 50).

Au sujet des artistes qui émettent des restrictions et des conditions en amont de l'achat de leurs créations, un cas type est celui de l'œuvre *Untitled* réalisée par Andrea Fraser, que nous avons mentionnée dans le premier chapitre. Dans cette vidéo qui met en scène une relation sexuelle entre Fraser et un collectionneur, on comprend que le collectionneur, en plus d'acquérir l'œuvre, y agit également en tant qu'acteur. Toutefois, Fraser retire au propriétaire le droit d'en produire des « captures d'écran » ou d'en distribuer quelque reproduction, représentation ou extrait. Ainsi, les droits d'exploitation et les droits d'auteur de l'œuvre appartiennent toujours à l'artiste. Plus encore, l'acheteur n'a pas la possibilité de prêter l'œuvre sans le consentement de l'artiste ou de sa galerie. Fraser doit également être consultée si la vidéo est montrée publiquement. De surcroît, si toutes ces instances acceptent la présentation de l'œuvre, plusieurs consignes sont prescrites sur la manière de l'exposer. En soumettant l'acheteur à ces contraintes, Fraser affirme chercher à humaniser les relations économiques, en se servant du contrat comme une manière de rendre les relations économiques personnelles et de les ramener à un niveau d'échange humain, où la confiance est primordiale (Horowitz 2011 : 111).

Les clauses d'achats et les contrats mentionnés ici n'ont pas toujours fait que des heureux. En effet, le célèbre *Artist's Reserved Rights Transfer And Sale Agreement* conçu en 1971 par Seth Siegelaub, marchand d'art américain notoire, et l'avocat Robert Projansky, s'est attiré les foudres de nombreux vendeurs et collectionneurs, qui estimaient qu'il nuirait à l'intérêt des investisseurs pour l'art conceptuel. On pouvait lire dans ces exigences que l'artiste préservait un droit de regard sur la circulation de ses œuvres, ainsi qu'une part financière sur leur revente, le cas échéant. En relevant la fortune critique de ce célèbre contrat, Horowitz met en lumière que les réticences au sujet de ce nouveau type de contrat seraient la preuve que la commercialisation de l'art conceptuel a réellement été acceptée. En effet, les plaintes entendues lors de la mise sur pied de ce contrat prouveraient que l'art conceptuel serait bel et bien entré sur le marché, puisque s'il n'avait pas été intéressant à collectionner, personne n'aurait pris le temps de désapprouver une telle entente (Horowitz 2011 : 98-99).

Ce qu'on peut tirer du texte de Horowitz est que l'acheteur reste attaché à l'art matériel et que l'immatériel, sur le marché, n'est pas populaire. C'est pourquoi on retrouve autant de

documentation et d'objets dérivés d'art conceptuel où le matériel est souvent évacué de la production. Donc, bien que l'art conceptuel soit de plus en plus accepté, il reste que les formes traditionnelles sont plus achetées. D'ailleurs, dans la postface de son ouvrage en 1973, Lucy Lippard exprimait une déception devant le fait que l'art conceptuel finisse par se retrouver sur le marché, en tant qu'objet de commercialisation. Elle ne pouvait pas croire qu'on puisse souhaiter acheter une trace imprimée sur papier, une photographie ou encore un document relatant quelques performance ou situation éphémère. Malgré tout, Lippard se dit avoir été témoin, tout juste trois ans après avoir rédigé ces lignes, de ventes d'art conceptuel atteignant des sommes extraordinaires dans les plus grandes galeries (Lippard 2001 : xxi).

Henri Mercillon, dans son texte sur l'état du marché de l'art contemporain à la fin du XIXe siècle, explique clairement l'idée que : « [...] la valeur d'une monnaie ne s'autoproclame pas, elle est appréciée ou non par les protagonistes des marchés internationaux. » (Mercillon 1997 : 632). D'ailleurs, l'art conceptuel se retrouve maintenant aux grandes foires et autres événements mondains, qui ont la capacité de transformer les œuvres expérimentales en commodités marchandes (Horowitz 2011 : 139). Maria Lind note qu'avec la hausse des prix de l'art contemporain, on demande maintenant aux artistes de se créer une « marque » (Lind 2012 : 7). Alors, la valeur, plutôt qu'être attribuée par les institutions et les critiques, dépend de ce qui est en vogue et des éventualités potentielles de commercialisation des artistes (Alberro 2003 : 9). À ce propos, Olav Velthuis, évoque l'idée que le collectionnement de l'art expérimental ou d'un art réalisé sur des supports moins commerciaux comme les vidéos, les installations ou les performances, permettrait aux commissaires de prendre une distance vis-à-vis du marché. En effet, l'auteur avance qu'en présentant des œuvres qui se vendent très peu et difficilement, les institutions chercheraient à montrer patte blanche devant certains soupçons de commercialisation. Les marchands présents aux foires, tout comme les musées, viseraient, de la sorte, à montrer que leur intérêt irait au-delà de motivations commerciales, en cherchant plus que de vendre facilement et rapidement des œuvres populaires. Ce seraient donc les marchands ainsi que les institutions qui tenteraient de se faire un capital symbolique à travers la présentation, pour les premiers, ou l'achat, pour les seconds, d'œuvres plus intellectuelles et moins digestibles et populaires que les productions « légères » (Velthuis 2011 : 23).

### 3.4 LE COLLECTIONNEMENT MOTIVÉ PAR LA SPHÈRE SOCIALE

Puisque l'art conceptuel, bien que parfois boudé par les institutions marchandes, réussit néanmoins à se vendre, il y a lieu de se demander si le sujet pourrait être la cause du rejet des œuvres du type économies imaginaires sur le marché. Dans ce cas, la répudiation des économies imaginaires ne serait pas due à la valeur intrinsèque accordée à l'ouvrage, mais plutôt au sujet même des œuvres.

Nous avons noté au chapitre précédent, qu'à la suite d'une série d'observations, Sarah Thornton avançait que le sujet jouait un rôle crucial dans la vente d'une œuvre d'art, en déterminant non seulement le prix de l'objet, mais également l'échec ou la réussite de sa vente. Bien qu'il soit convenu qu'un collectionneur qui souhaite exposer son nouvel achat chez lui puisse être hésitant à se porter acquéreur d'une œuvre désagréable visuellement ou symboliquement, cette réticence pourrait-elle être intrinsèque au comportement des consommateurs ? La théorie de la distinction de l'éminent sociologue Pierre Bourdieu, ainsi que la théorie de la consommation ostentatoire développée par l'économiste et sociologue américain Thornstein Veblen, nous permettront de vérifier cette hypothèse.

Dans son chapitre sur les canons pécuniaires du goût, Thornstein Veblen annonce tout d'abord que l'acheteur souhaite, par son acquisition, se conformer à l'usage traditionnel établi, en adhérant au standard de consommation. C'est justement en achetant des objets qui ont la réputation d'être onéreux qu'il parvient à se distinguer par ses acquisitions. Plus encore, Veblen précise que cette tendance est observée même si l'achat n'est pas visible par les pairs du collectionneur. En s'appuyant sur l'achat de sous-vêtements, de nourriture ou encore d'outils divers dont le but serait d'abord de servir plutôt qu'à paraître, Veblen établit que le consommateur cherche inlassablement à se démarquer par le coût de ses achats (Veblen 2007).

Plus encore, l'économiste ajoute que la beauté qu'un sujet attribue à un objet est intrinsèquement reliée à son coût (Veblen 2007 : 85). Ainsi, selon Veblen, le consommateur développe un attachement à un objet selon sa valeur pécuniaire. Même si l'acheteur est le seul informé du prix de l'objet, c'est la valeur financière qui lui donne sa qualité. En effet, un

article possédant la même fonction qu'un objet équivalent, qui coûterait toutefois moins cher gagnerait en valeur symbolique et en attachement, justement par son prix supérieur.

La gratification supérieure qui dérive de l'usage et de la contemplation des produits onéreux et soi-disant beaux est, généralement, en grande partie une satisfaction de notre sens de l'opulence, se camouflant sous le nom de la Beauté. La plus-value que nous attribuons à l'article supérieur est en réalité une appréciation de son caractère honorifique supérieur, beaucoup plus fréquemment que d'une appréciation naïve de sa beauté <sup>33</sup> (Veblen 2007 : 86).

Cette théorie de Veblen, si célèbre qu'on lui a donné son nom, permet d'expliquer la vente et surtout les sommes obtenues par la vente de l'art conceptuel sur le marché de l'art. En effet, comme dans le cas d'un objet de consommation régulier, ce n'est pas le matériau ou dans ce cas, l'absence de matière, qui confère la valeur à l'œuvre, mais plutôt la main-d'œuvre et la touche de l'artiste, encore plus s'il est reconnu et réputé, ainsi que la rareté de l'objet qui se transforment en valeur pécuniaire. Plus encore, le prix demandé et atteint par une œuvre permet de justifier et de se glorifier par sa possession puisque, si elle vaut cher, elle gagnera alors en caractère honorifique.

D'un autre côté, selon Pierre Bourdieu, les goûts servent à la fois à intégrer une classe sociale en prouvant son appartenance, mais aussi à se distinguer des autres. Les sujets mettent alors en scène leur distinction à travers divers moyens, qu'il s'agisse de passe-temps, d'achats quotidiens ou de dépenses exceptionnelles. En effet, Bourdieu énonce que « [...] les biens se convertissent en signes distinctifs [...] une classe est définie par son être-perçu autant que par son être, par sa consommation [...] autant que par sa position dans les rapports de production » (Bourdieu 2012 : 564). En somme, le sociologue entend par là que les achats des consommateurs contribuent à les confiner à une classe sociale et à leur donner une prestance. En effet, si nous revenons maintenant à la faiblesse des économies imaginaires sur le marché, est-ce que pour un collectionneur, la décision d'acheter de l'art qui n'est pas encore réputé contribuerait à consolider sa distinction ? Dans un tel cas, un acheteur devrait alors se contenter d'acquérir des œuvres qui sont légitimes et acceptées unanimement, puisqu'acheter

---

<sup>33</sup> Traduction libre : « *The superior gratification derived from the use and contemplation of costly and supposedly beautiful products is, commonly, in great measure a gratification of our sense of costliness masquerading under the name of beauty. Our higher appreciation of the superior article is an appreciation of its superior honorific character, much more frequently than it is an unsophisticated appreciation of its beauty* ».



une œuvre qui n'appartient pas aux canons de l'Histoire de l'art, en plus de potentiellement déranger son cercle social, pourrait servir à combler un plaisir personnel, mais pas à instaurer sa propre distinction, ni mettre en scène sa classe sociale. Toutefois, cette tendance de collectionnement n'est pas unique, puisque comme mentionné au chapitre précédent, les experts Nathalie Moureau et Dominique Sagot-Duvaurox ont distingué un autre motif de collectionnement dénommé « l'effet snob ». Cet effet implique justement de se distinguer par sa qualité d'avant-gardiste, en se présentant comme découvreur de nouvelles tendances artistiques.

Bourdieu, qui définit la société en diverses tranches sociales, indique que la classe dominante cherche à maintenir sa position d'autorité et de supériorité par une stratégie de distinction. Pour ce faire, les dominants vont chercher à accumuler un capital symbolique préférablement issu de la culture légitime, qui respecte les goûts conservateurs. C'est à travers ces acquisitions approuvées que les acheteurs cherchent à établir leur appartenance à cette classe distinguée. Toutefois, dès qu'une pratique se diffuse au-delà de la classe supérieure, elle perd son pouvoir distinctif et le dominant finit alors par en substituer une autre. Ce qu'on observe alors est que ces classes dominantes optent pour une distanciation, tout en restant dans les grands canons reconnus.

Une autre piste suggérée par Pierre Bourdieu dans son texte *Le marché des biens symboliques* pointe vers l'éducation comme influence sur la reconnaissance et par conséquent le marché des biens symboliques :

Le système d'enseignement contribue très fortement à l'unification du marché des biens symboliques et à l'imposition généralisée de la légitimité de la culture dominante non seulement en légitimant les biens que consomme la classe dominante, mais en dévaluant ceux que transmettent les classes dominées (et aussi les traditions régionales) et en tendant par là à interdire la constitution de contre-légitimités culturelles (Bourdieu 1971 : 87).

Ainsi, on pourrait expliquer que les économies imaginaires soient si impopulaires sur le marché de l'art, par le fait qu'elles n'intègrent pas le corpus étudié et enseigné. Cette distanciation contribuerait également à ce que ce type de création ne soit pas reconnu par les connaisseurs et qu'il soit donc très peu collectionné, outre par les individus préalablement initiés.

Si nous nous appuyons sur les écrits de Veblen et de Bourdieu, nous pouvons considérer que les raisons qui incitent à collectionner, mais surtout la sélection des objets achetés sont guidés par des motivations sociales. Cela suppose que le sujet représenté par l'œuvre est d'une importance indéniable, ce qui explique l'observation de Thornton, à savoir que le sujet de l'œuvre influe sur le prix. En effet, non seulement l'acheteur sera confronté à l'œuvre dont il s'adonne, mais les réactions de son cercle social sur son achat importent aussi, puisqu'il ne voudrait risquer de se départir de son réseau, sans lequel il n'aurait de raison de se distinguer. En ce qui concerne les économies imaginaires de la classe *La copie de l'iconographie monétaire*, qui représentent une iconographie monétaire, nous avons remarqué qu'elles se vendaient bien sur le marché. L'exhibition d'un tel type d'œuvre, comme par exemple les sérigraphies d'Andy Warhol, peut servir à son possesseur à faire étalage de sa richesse. Pour leur part, les œuvres de notre catégorie *Le regard critique* qui émettent un message qui remet en question les institutions marchandes ne se retrouvent pas et ne se vendent pas sur le marché secondaire. Cette situation pourrait s'expliquer par le fait que le contenu de ces productions critique la sphère dans laquelle le collectionneur agit, tout comme son comportement d'acheteur. Plus encore, si ce collectionneur évolue dans un cercle de pairs, comment serait interprétée une œuvre qui critiquerait leur intérêt commun ? L'acheteur se retrouverait-il face à des réactions hostiles, ou se mettrait-il à dos des confrères ? Dans le cas où le collectionneur affectionnerait ce type d'œuvre, cela risquerait de le placer en retrait de ses comparses et par conséquent, de son réseau social et rend par conséquent inadmissible ce type de collectionnement.

Cette notion de distinction se retrouve de manière encore plus probante sur le marché de l'art, en particulier à cause des nombreuses balises servant à séparer l'élite des simples amateurs. Par exemple, Seth Siegelaub, le galeriste mentionné plus tôt, a décidé après un certain temps de troquer sa galerie pour exposer les œuvres des artistes qu'il représentait dans un appartement new-yorkais. Les événements qu'il organisait étaient accessibles sur invitation seulement (Alberro 2003 : 12). Cela a contribué à élever le capital social de l'art conceptuel qu'il représentait, en ne le rendant disponible qu'à une élite particulière.

### 3.4.1 LE « COMPORTEMENT MOUTONNIER » OU LE GOÛT POUR LES VALEURS SÛRES

D'un côté, nous avons vu que les classes dominantes cherchent à se distinguer des classes inférieures en achetant des objets particuliers, alors que de l'autre, l'élite souhaitait confirmer son appartenance à sa propre classe en plus de prouver son pouvoir monétaire, par l'achat d'œuvres reconnues par ses pairs, tant sur le plan financier que symbolique. On retrouve cette tendance à l'émulation chez une classe sociale définie elle aussi par Bourdieu, quelque peu inférieure à la classe dominante : la petite bourgeoisie. Cette classe, qui respecte généralement l'ordre établi, se distingue par sa volonté d'ascension sociale. Pour ce faire, elle va singer les pratiques nobles, par substitution. Par exemple, les membres de cette classe vont choisir d'acheter des articles similaires à ceux acquis par la classe bourgeoise, mais à plus faible coût.

Jean-Joseph Goux établit un parallèle entre le 19<sup>e</sup> siècle et notre 20<sup>e</sup> siècle en relisant les écrits d'Émile Zola. Il avance que l'avènement du capitalisme aurait mené à la question bien actuelle des relations spéculatives reliant l'art et l'argent. Dès lors, les marchands et les acheteurs cessent d'être guidés par leurs connaissances et leurs goûts personnels ; ils décident de la vente et de l'achat des œuvres comme on gère un portefeuille de valeurs boursières. Cela influence le choix des œuvres à collectionner, en particulier en ce qui concerne l'originalité et la hardiesse quant à la sélection des objets (Goux : 2011a). En effet, Goux, comme plusieurs autres auteurs, note la prédominance d'un « comportement moutonnier » chez les collectionneurs, comme si l'on préférerait acheter des valeurs sûres, quitte à déboursier plus, afin de ne pas se retrouver avec des œuvres sans valeur. Sarah Thornton (2009 : 25) avance pour sa part que les acheteurs « tendent à se rassembler, consciemment et inconsciemment, autour des consensus »<sup>34</sup>. Jean-Joseph Goux explique en effet qu' :

[...] on ne peut pas s'étonner que statistiquement le comportement moutonnier l'emporte, car c'est le moins risqué. Keynes, le célèbre économiste anglais, écrivait que la Bourse relève de la « psychologie de masse », et il ajoutait, non sans humour, qu'il n'est pas question pour les spéculateurs de connaître la « valeur réelle » (des actions d'une entreprise), mais de découvrir ce que l'opinion moyenne croit être l'opinion moyenne (Goux 2011b: 51).

Goux précise que cette psychologie de masse et de suiveur de la moyenne peut s'appliquer au marché de l'art, et encore dans ce cas, que ces rassemblements ne se manifestent pas

---

<sup>34</sup> Traduction libre : « [...] *tend to (consciously and unconsciously) cluster into consensuses* ».

uniquement de manière positive. En effet, comme d'un côté la réputation d'un style ou d'un genre peut monter en flèche s'il est réévalué de manière positive, un groupe peut se détourner d'un type d'art. Goux donne en exemple la peinture académique de style pompier ; son effet, négatif ici, sera tout aussi contagieux que le précédent (Goux 2011b).

Pierre-Michel Menger pour sa part, avance que dans notre époque où « l'art [est] devenu un principe de fermentation du capitalisme », on observe une tendance dominante sur le marché de l'art contemporain ; on vante maintenant les mérites d'un artiste par ses ventes (Menger 2003). On peut faire un lien entre ce comportement d'imitation et l'obsession pour le nom de l'artiste, qui, comme dans le marché de la mode avec son « *branding* », devient en quelque sorte une marque commerciale (Velthuis 2012 : 33). Le rapport Artprice de 2015 fait état des mêmes résultats, en indiquant que :

Face à une offre pléthorique (on recense 49 000 artistes contemporains aux enchères), force est de constater que les collectionneurs s'arrachent toujours les mêmes signatures... Surtout sur le marché haut de gamme soumis à de forts comportements mimétiques. Le constat en chiffres est édifiant : 68 % des recettes globales de l'art contemporain (soit 1,2 Mrd\$) reposent sur 100 artistes et 35 % sur 10 artistes seulement. La croissance perdure ainsi pour les mêmes signatures trophées qui rendent les collectionneurs aussi généreux que combatifs. [...] Signalons encore que 18 % des recettes mondiales de l'art contemporain reposent sur trois artistes ! Le triumvirat reste inchangé pour la troisième année consécutive, désignant, selon leurs chiffres d'affaires respectifs, Jean-Michel Basquiat, Christopher Wool et Jeff Koons.<sup>35</sup> (Artprice 2015 : 9-10)

Ainsi, advenant que les grands collectionneurs ne fassent que suivre les consensus, il faudrait que les économies imaginaires soient réalisées par des artistes issus des palmarès des ventes ou encore qu'un mouvement institutionnel ou marchand favorable à ce type de production soit amorcé.

### **3.4.2 LA RÉTICENCE DES ARTISTES À INTÉGRER LE MARCHÉ**

Nous avons vu plus tôt que Lucy Lippard avait espéré que l'art conceptuel se développe à l'écart du marché. On dit fréquemment que l'art conceptuel luttait contre la réification de l'art

---

<sup>35</sup> Seuls les artistes nés après 1945 sont traités ici. Gerhard Richter, né en 1932, cumule 276 M\$ de produits de ventes sur la période 2014/2015.

et contre sa commercialisation, mais comme nous l'avons vu plus tôt, ce but n'a pas tout à fait été atteint. Bien qu'il soit encore assez peu collectionné si on le compare à d'autres pratiques plus populaires, dès ses débuts, l'art conceptuel a été appuyé par des marchands.

Plusieurs artistes gardent toutefois une réticence quant à l'exposition de leurs œuvres dans les galeries commerciales. C'est le cas de David Tomas avec son exposition présentée au centre de documentation Arttexte. Bien qu'il ne tente pas de renier la place du marché de l'art dans le monde artistique contemporain, l'artiste fait clairement le choix d'exiler ses œuvres en dehors du circuit marchand. L'artiste détourne les lieux traditionnels d'échange du marché de l'art et les transpose vers un organisme sans but lucratif dédié à la recherche. Au final, lors de cette manifestation organisée à la manière d'une exposition de vente, aucune œuvre n'a été achetée.

Est-ce que les réticences des artistes créateurs d'œuvres du type économies imaginaires et à entrer sur le marché commun additionnées au manque de collaboration entre les deux sphères pourraient être en lien avec la dénaturation de leur concept ? Nous avons noté plusieurs cas où la vente allait à l'encontre non seulement des spécifications de l'artiste quant à la commercialisation de ses œuvres, mais également des règles qui définissaient les œuvres elles-mêmes. En effet, nous avons retrouvé dans les archives des ventes aux enchères plusieurs ventes des *Merda d'artista* de Piero Manzoni. À l'origine, l'artiste italien vendait ses boîtes de conserve au prix de l'or sur le marché. Ainsi, le prix de vente d'une de ses conserves en 1961, conformément à la valeur du métal précieux, s'élevait à 37\$, toutefois, en 1991, Sotheby's présente aux enchères une de ces mêmes boîtes et la vend pour 67 000\$, c'est-à-dire 70 fois plus cher que ce qu'elle aurait dû coûter selon les directives de l'artiste et le prix de l'or, qui l'aurait qualifiée autour de 400\$ (Miller 2007). Dans ce cas, l'utilisation du procédé traditionnel de vente, soit en galerie ou aux enchères agit comme une négation du travail de l'artiste, les conditions de vente étant partie intégrante de ces œuvres.

### **3.4.3 LES ACHETEURS DE L'ART CONCEPTUEL ET DES ÉCONOMIES IMAGINAIRES**

Qui souhaite réellement acheter de l'art conceptuel ? Nous avons vu précédemment qu'on pouvait distinguer les collectionneurs en trois groupes non mutuellement exclusifs ; ceux qui

collectionnent l'art pour l'art, c'est-à-dire pour ce qu'il leur apporte, ceux qui achètent pour répondre à un motif social et finalement les collectionneurs-spéculateurs. En ce qui concerne le dernier type, il est aisé de tracer un schéma de leur activité d'achat, puisqu'ils s'intéressent aux œuvres assez connues pour ne pas être trop risquées et pour lesquelles il est facile de prévoir que leur valeur augmentera. Ainsi, si les spéculateurs choisissaient de collectionner l'art conceptuel, ce serait pour accroître leur capital et cela se produirait uniquement dans le cas où l'artiste créateur jouirait d'une reconnaissance modérée ou élevée dans le milieu artistique et marchand. Ceux qui collectionnent l'art selon des motifs sociaux de distinction, ciblés par Pierre Bourdieu, seront peut-être moins tentés de se tourner vers de l'art conceptuel immatériel et s'intéresseront peut-être davantage aux traces et documents laissés par les artistes et leurs galeries, puisque cette documentation agira en tant que preuve d'achat et ainsi d'appartenance à leur groupe. Les acheteurs motivés par ce qu'on appelle « l'effet Veblen » choisiront probablement pour leur part des œuvres onéreuses, afin de prouver leur pouvoir pécuniaire. Puisque les économies imaginaires ne sont ni reconnues, ni particulièrement dispendieuses, ce sont les acheteurs avec des motifs désintéressés qui seraient le plus enclins à les collectionner. Voilà qui expliquerait pourquoi les principaux acheteurs que nous avons pu identifier évoluent dans le milieu artistique. En effet, dans les registres de vente consultés, nous avons retracé des acheteurs : artistes, certains marchands et collectionneurs spécialisés et des institutions artistiques.

On sait par exemple que les *Zones de sensibilité picturale* réalisées par Yves Klein ont surtout été achetées par des amis, des connaissances et des personnalités issues du milieu artistique. En effet, la panoplie d'archives laissées par Klein, que ce soit les photographies des cessions ou encore les certificats d'achat, permet de retrouver les acheteurs des « Vides ». Lors des premières cessions qui ont eu lieu en novembre et en décembre 1959, on peut immédiatement retracer les quatre acheteurs : Peppino Palazzoli, le galeriste qui représentait Klein à Milan, Jacques Kugel, galeriste parisien, Paride Accetti, grand collectionneur italien et Alain Lemée, commissaire-priseur pour la célèbre maison de vente aux enchères Hôtel Drouot. Les cessions successives ont pour leur part été concédées à Dino Buzzati, peintre et écrivain italien, à Claude Pascal, œuvrant dans le milieu musical, à Michael Blankfort, grand collectionneur et scénariste américain ainsi qu'à Edward Kienholz collègue artiste américain. Le conservateur

Paul Wembler a également acquis une de ces zones en vue d'une exposition monographique de Klein au Musée Haus Lange de Krefeld (Giguère 2012 : 213-214).

Un autre cas intéressant est celui de l'œuvre de Louise Lawler, qui se trouvait dans l'exposition *Proposé aux enchères* de David Tomas. Cette œuvre a en fait été achetée lors de la vente singulière *Two in One* par l'artiste montréalais, qui a développé un intérêt poussé pour différentes formes d'économies imaginaires, qu'il crée également. Finalement, le dernier type d'acheteur des formes divergentes d'art comme les économies imaginaires sont les musées. À titre d'exemple, les trois œuvres de Amie Siegel, soit *Provenance*, *Proof* et *Lot 248* ont pour leur part été achetées par le Metropolitan Museum de New York.

En somme, l'analyse présentée dans ce dernier chapitre a permis de réaliser à quel point l'influence du marché secondaire se distingue de celle du marché des galeries. En effet, quand Thornstein Veblen affirme que l'achat d'un objet transmet un signal positif par son caractère onéreux, le contexte de la vente aux enchères est favorable aux collectionneurs d'art, puisque l'acheteur exerce un certain contrôle sur le prix payé. Son action aura donc un impact direct sur la valeur et sur la perception de son achat. Plus encore, le fait même de participer à un de ces événements mondains pourrait, selon la théorie de la distinction de Bourdieu, permettre à l'acheteur de se sentir accepté dans une classe sociale de rang élevé. Ainsi, ces théories mettent en lumière l'importance des enchères dans les transactions concernant toutes les œuvres, mais en particulier dans la circulation de cet art plus difficile d'accès.

## CONCLUSION

À travers notre analyse de la présence, sur le marché de l'art, de ces démarches artistiques regroupées sous les termes économies imaginaires, nous avons exposé les différentes facettes marchandes de ces œuvres. Ainsi, en premier lieu, nous avons cherché à isoler les caractéristiques qui distinguent les pratiques rassemblées sous les termes d'économies imaginaires. Pour mieux les mettre en lumière, nous avons délimité une structure en quatre catégories : *L'innovation*, *Le regard critique*, *La copie de l'iconographie monétaire* et *La transposition*. En deuxième lieu, nous avons examiné le marché de l'art en différenciant le marché primaire du marché secondaire, afin de comprendre comment se formait la valeur dans ces sphères si distinctes. Enfin, nous avons surplombé ces deux études par une troisième, cette fois à caractère sociologique, dans le but de cerner ce qui motive le collectionnement des acheteurs, en particulier pour les œuvres « sans valeur physique » comme l'art conceptuel, afin de mieux analyser les faibles résultats de vente des œuvres identifiées comme économies imaginaires.

Dans ce mémoire, nous avons étudié les économies imaginaires en tant qu'œuvres, mais aussi, et surtout, en tant que phénomène en plein développement dans le monde de l'art ; impulsées par des artistes, les économies imaginaires se répandent maintenant dans les sphères associées telles les institutions artistiques ainsi que dans la littérature spécialisée. En outre, bien que nous ayons observé que les œuvres de la catégorie des économies imaginaires soient de plus en plus présentes dans les productions artistiques, nous avons aussi montré que ces œuvres apparaissent encore peu fréquemment sur le marché secondaire. L'argent comme sujet, autrefois tabou, devient non seulement de plus en plus exploré par les artistes, mais il est aussi davantage accepté par les institutions, qui ouvrent leurs portes à des thématiques dérivées de l'économie. On remarque en effet un intérêt accru des musées et institutions pour les questions de consommation et les réflexions entourant le capitalisme. Ainsi, en notant les grandes manifestations artistiques organisées récemment, on constate que les thèmes pécuniaires et marchands sont de plus en plus fréquents.



À titre d'exemple, nous devons citer le cas de la plus célèbre biennale en art, celle de Venise, où l'on présentait, en 2015, l'œuvre *Das Kapital*, dans laquelle un performeur lisait en entier le *Capital* de Karl Marx, chaque jour, pendant les sept mois que durait la manifestation internationale. Le spectateur était invité à participer à une série de récitals, de livrets, de discussions, de plénières et de projections cinématographiques dévoués aux différentes explorations de l'ouvrage du philosophe allemand. Ce qu'Okwui Enwezor, le commissaire, tentait de faire à travers ce projet était de donner une conscience entière de cette œuvre complexe et trop souvent parcellaire, non pas saisie à travers la compréhension d'un autre, mais offerte en entier, dans le texte original sans altération (Enwezor 2015).

Ainsi, que ce soit la Biennale de Venise, ou encore la Biennale de Montréal 2014 *L'avenir (looking forward)*, qui mentionnait dans son texte de présentation les thèmes de la perte du futur, se déployant sous les angles de l'économie mondiale, de l'économie de marché et de la spéculation (Burke 2014), en plus d'inviter David Tomas à présenter une œuvre s'étendant sur les collages de Richard Hamilton en rapport avec le marché de l'art, ou encore le prix offert au lauréat du concours de la *Quatrième Plinthe* au Trafalgar Square de Londres, qui couronnait en 2015 l'œuvre de Hans Haacke mentionnée au chapitre premier, il apparaît clairement que l'économie est devenue un sujet central de réflexion dans le monde institutionnel de l'art. Toutefois, la question demeure à savoir si les institutions marchandes suivront le même mouvement que les institutions artistiques. Tel que mentionné dans notre premier chapitre, le choix de la ville de Londres de présenter, pendant 18 mois, une œuvre qui critique l'économie mondiale, témoigne clairement de cette ouverture pour des pratiques artistiques abordant ce sujet autrefois controversé. Puisque les grandes institutions légitimatrices que sont les musées, les biennales et les concours menés par de grands noms du monde de l'art se lancent dans la présentation et la valorisation de ce que nous avons appelé, dans ce mémoire, économies imaginaires, il y a lieu de penser que les institutions marchandes n'auront d'autre choix que de leur emboîter le pas.

Cette recherche comporte certaines limites, ne serait-ce que par notre sélection des pratiques d'économies imaginaires. En effet, bien que nous ayons ratissé assez largement les différentes œuvres d'artistes modernes et actuels, nous avons dû restreindre notre analyse à quelques cas

par catégorie. Qui plus est, nous ne pouvons pas confirmer que l'analyse aurait été identique, ayons-nous recensé des artistes différents. D'autre part, puisque certaines productions sur lesquelles se penche cette étude ont été réalisées dans un temps rapproché, l'absence de leur trace sur le marché secondaire pourrait être liée au fait que ces œuvres ne sont pas encore passées à travers le cycle et les étapes du marché primaire et ne peuvent, ainsi, se retrouver sur le marché des enchères. Afin de poursuivre cette recherche, il serait bénéfique de regarder l'évolution des œuvres recensées ici à travers les années et les différentes vagues du monde de l'art. Malgré ces réserves, l'étendue du panorama des artistes dont nous avons traité, provenant de plusieurs pays et sur un grand laps de temps, ainsi que la variété de techniques de notre corpus permettent de consolider nos résultats. Par ailleurs, dans le cas où cette étude serait approfondie, il serait approprié d'élargir les recherches au marché primaire en recensant leurs données de vente.

Étant donné que cette tendance se répand mondialement, de prochaines études devraient poursuivre les réflexions d'Olav Velthuis qui se penchait sur les raisons de la naissance et de l'évolution du genre des économies imaginaires, en explorant les motifs qui expliquent cette expansion actuelle. Plus encore, il sera fascinant d'observer le comportement des collectionneurs, qui bien que très portés sur l'achat des œuvres de la catégorie *La copie de l'iconographie monétaire*, restent encore aujourd'hui réticents lorsque vient le temps d'acquérir les œuvres des autres groupes. Ainsi, si les artistes, maintenant défendus par les grandes instances légitimatrices, poursuivent dans cette tendance, les collectionneurs seront probablement tentés de se tourner vers les productions plus conceptuelles. Enfin, si la visibilité, et par conséquent la valeur symbolique de ce type de production augmente, verra-t-on davantage les œuvres à thématique économique des catégories *L'innovation*, *La transposition* ou encore *Le regard critique* dans les ventes aux enchères ? Dans ce cas, ces œuvres seront-elles proposées, présentées et vendues de la même manière que les productions non catégorisées dans le type désigné comme économie imaginaire ? Est-ce la production d'économies imaginaires qui s'adaptera au marché, ou le marché à cet art qu'il boude aujourd'hui ? De futures recherches sur le sujet permettront, il est certain, de débattre de ces questions.

## BIBLIOGRAPHIE

ALBERRO, Alexander (2003). *Conceptual art and the politics of publicity*, Cambridge: MIT Press.

BAXANDALL, Michael (1988). *Painting and Experience in Fifteenth Century Italy : A Primer in the Social History of Pictorial Style*, Oxford : Oxford University Press, coll. « Oxford paperbacks ». [1972]

BENHAMOU, Françoise (2011). *L'économie de la culture*, Paris: Éditions La Découverte, Coll. « Repères ». [1996]

BEVAN, Roger et Sarah THORNTON (2008). « Damien Hirst is Rewriting the Rules of the Market », *Art Newspaper*, vol. 17 p. 31.

BOURDIEU, Pierre (1971). « Le marché des biens symboliques », *L'Année sociologique*, Troisième série, Vol. 22, p. 49-126.

BOURDIEU, Pierre (2012). *La distinction : critique sociale du jugement*. Paris : Éditions de Minuit. [1979]

BURN, Gordon (2008). « Beautiful Inside My Head Forever : Gordon Burn in Conversation with Damien Hirst », Sotheby's (ed.) *Damien Hirst : Beautiful Inside my Head Forever*, Londres : Sotheby's, p. 16-25.

CHAGNON, Katrie (2016). « Sightings 17 : Le temps de l'œuvre, le temps du travail », Expositions, [En ligne] <http://ellengallery.concordia.ca/?exposition=sightings-17-le-temps-de-loeuvre-le-temps-du-travail>. Consulté le 6 juillet 2016.

CHRISTIE'S (s.d.). « Letter From Christie's CEO », *Christie's – About Us* [En ligne] <http://www.christies.com/home/about-us/welcome-to-christies>. Consulté le 4 février 2016.

CRAS, Sophie (2010). « De la valeur de l'œuvre au prix du marché : Yves Klein à l'épreuve de la pensée économique », *Marges*, no 11, p. 29-44.

DAGENAIS, Francine (2010). « Programmation : le médiateur, le médiateur, le médiateur », *Intermédialités : histoire et théorie des arts, des lettres et des techniques*, no 13, printemps 2009, p. 17-37

DE MARCHI, Neil et Hans J. VAN MIEGROET (2006). « The History of Art Markets », Victor A. Ginsburgh et David Throsby (Ed.), *Handbook of the Economics of Art and Culture*, Amsterdam: North-Holland, p.69-122

ENWEZOR, Okwui (2015). « All the World's Futures » *Biennale 2015 – 56th Edition*, [En ligne] <http://www.labiennale.org/en/art/archive/56th-exhibition/enwezor/>. Consulté le 12 juillet 2016.

FABIANI, Jean-Louis (2002). « Le riche territoire de l'arte povera », *Sociologie et sociétés*, vol. 34, n° 2, p. 79-93.

FRASER, Andrea (2006). « What's Institutional critique? » In *Institutional Critique and After*, vol 2. p.305-309.

GALLET, Bastien (2014). « De quelques figures contemporaines de la "politisation de l'art" », *Intermédialités : histoire et théorie des arts, des lettres et des techniques* [En ligne] Printemps 2014, numéro 23, <https://www.erudit.org/revue/im/2014/v/n23/1033337ar.html>. Consulté le 3 juin 2016.

GIGUÈRE, Amélie (2012). *Art contemporain et documentation : la muséalisation d'un corpus de pièces éphémères de type performance*, [En ligne], Thèse de doctorat, Université du Québec à Montréal et Université d'Avignon et des pays de Vaucluse, <http://www.archipel.uqam.ca/4942/>. Consulté le 3 juin 2016.

GOUX, Jean-Joseph (2011a). *L'art et l'argent : la rupture moderniste 1860-1920*, Paris : Blusson.

GOUX, Jean-Joseph (2011b). « Prix de l'art et valeur esthétique » *Artpress*, nov. 2011, p. 49-52.

GRAW, Isabelle (2012a). « In the Grip of the Market? On the Relative Heteronomy of Art, the Art World, and Art Criticism », Maria Lind et Olav Velthuis (Eds.) *Contemporary Art and Its Commercial Markets. A Report on Current Conditions and Future Scenarios*. Berlin : Sternberg Press, p. 183-208.

GRAW, Isabelle (2012b). « The Value of Painting: Notes on Unspecificity, Indexicality, and Highly Valuable Quasi-Persons », Daniel Birnbaum, Isabelle Graw et Nikolaus Hirsch *Thinking through painting. Reflexivity and Agency beyond the Canvas*. Berlin : Sternberg Press, p. 45-57.

GRIFFIN, Tim et al. (2008). « Art and its markets: A roundtable discussion », *Artforum International*, vol. 46, n° 8, p. 293-303.

HIRST, Damien (2008). « Exhibitions: Beautiful Inside My Head Forever », *Damien Hirst* [En ligne] <http://www.damienhirst.com/exhibitions/solo/2008/beautiful-auction>. Consulté le 3 juillet 2016.

HOROWITZ, Noah (2011). *Art of the Deal : Contemporary Art in a Global Financial Market*. Princeton : Princeton University Press.

HUITOREL, Jean-Marc (2008). *Art et économie*, Paris : Cercle d'art.

HUNT, Andrew (2004). « Is this a site-specific interview? », *Untitled : a review of contemporary art*, vol 32, p.4-9.

IGHBY, Richard et Marilou LEMMENS (2013). « The Prophets » *Richard Ibghy & Marilou Lemmens* [En ligne] <http://www.ibghylemmens.com/theprophets.html>. Consulté le 2 juillet 2016.

JEFFRI, Joan (2005). « Managing Uncertainty: The Visual Arts Market in the United States », Iain Robertson (dir.), *Understanding International Art Markets and Management*, London : Routledge, p. 125-145.

LEBLANC, Véronique (2015). Richard Ibghy & Marilou Lemmens – La vie mise au travail, *Expositions* [En ligne] <http://ellengallery.concordia.ca/?exposition=richard-ibghy-marilou-lemmens>. Consulté le 2 juillet 2016.

LEWITT, Sol (1967). « Paragraphs on Conceptual Art » *Artforum*, vol 5, no 10, p.79-83.

LIND, Maria (2012). « Preface : Contemporary art and its Commercial Markets », Maria Lind et Olav Velthuis (Eds.) *Contemporary Art and Its Commercial Markets. A Report on Current Conditions and Future Scenarios*. Berlin : Sternberg Press, p. 7-16.

LIPPARD, Lucy (2001). *Six Years: The Dematerialization of the Art Object, 1966 to 1972*, Berkeley: University of California Press. [1973]

MACKEEN, Elizabeth (2013). Finding a Place for Abject Materials: Analysis of a Post ‘Sensation’ Market for Bodily Fluids [En ligne] Mémoire de maîtrise, Sotheby’s Institute of Art, New York, <http://search.proquest.com/docview/1518116282?accountid=12543>. Consulté le 21 février 2015.

MARX, Karl (1969). *Le Capital. Critique de l’économie politique*. Premier tome. Paris : Éditions sociales. [1867]

MAVRIKAKIS, Nicolas (2005). « Pour l’irrévérence : Mathieu Beauséjour », *Spirale : arts, lettres, sciences humaines*, n° 201, p. 43.

McANDREW, Clare (2013). *The Global Art Market, with a Focus on China and Brazil, TEFAF*. [En ligne] [http://www.cinoa.org/public/TEFAF\\_AMR\\_2013-\\_KEY\\_FINDINGS\\_.pdf](http://www.cinoa.org/public/TEFAF_AMR_2013-_KEY_FINDINGS_.pdf). Consulté le 7 janvier 2016.

MENGER, Pierre-Michel (2003). *Portrait de l'artiste en travailleur. Métamorphoses du capitalisme*. Paris : Seuil.

MERCILLON, Henri (1997). « Le marché de l’art contemporain : Réflexions sur une crise. » *Commentaire*, no 79, p.623-632.

MILLER, John (2007). « Excremental Value », *Tate Etc.* été 2007, no10. [En ligne] <http://www.tate.org.uk/context-comment/articles/excremental-value>. Consulté le 5 avril 2016.

MOULIN, Raymonde (1994). « La construction des valeurs artistiques contemporaines », *L'art en temps de crise*, organisé par le Centre européen d'actions artistiques contemporaines, Strasbourg 4 et 5 mars 1994, p. 25-29.

MOULIN, Raymonde (1995a). « Le marché et le musée. La constitution des valeurs artistiques contemporaines », *De la valeur de l'art*. Paris : Flammarion, p. 206-235 [1986]

MOULIN, Raymonde (1995b). « La certification de la valeur de l'art. Experts et expertises » *De la valeur de l'art*. Paris: Flammarion p. 236-265. [1993]

MOULIN, Raymonde (1997). *L'artiste, l'institution et le marché*, Paris : Flammarion. [1992]

MOUREAU, Nathalie et Dominique SAGOT-DUVAUROUX (2010). *Le marché de l'art contemporain*, Paris : La Découverte, Collection : Repères. [2006]

MUSSO, Pierre (2010). *Yves Klein : fin de représentation*, Houilles : Manucius, Collection : Marteau sans maître.

NIETZSCHE, Friedrich (2016). *Ainsi parlait Zarathoustra*, Paris : Librairie Générale Française, Coll. : Le Livre de poche. [1883]

O'DOHERTY, Brian (1999). *Inside the White Cube. Ideology of the Gallery Space*, Berkeley : University of California Press. [1976]

O'NEILL-BUTLER, Lauren (2015). « Hans Haacke » *Artforum International* [En ligne] <http://artforum.com/words/id=50403>. Consulté le 3 juillet 2016.

PELLETIER Sonia (2015). « Des performances au sein du travail de Mathieu Beauséjour » Andréanne Roy *Mathieu Beauséjour, La révolte de l'imagination*. Rimouski: Musée régional de Rimouski, p.37-41.

POMMEREHNE, Walter et Bruno FREY (1993). *La culture a-t-elle un prix?*, Paris : Commentaire/Plon.

QUEMIN, Alain (2001). *Le rôle des pays prescripteurs sur le marché et dans le monde de l'art contemporain, Rapport au ministère des Affaires étrangères*, Université de Marne-la-Vallée, juin 2001. [En ligne] : [http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/IMG/pdf/Le\\_role\\_des\\_pays\\_prescripteurs\\_sur\\_le\\_marche\\_et\\_dans\\_le\\_monde\\_de\\_l\\_art\\_contemporain.pdf](http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/IMG/pdf/Le_role_des_pays_prescripteurs_sur_le_marche_et_dans_le_monde_de_l_art_contemporain.pdf)  
Consulté le 5 avril 2016.

QUEMIN, Alain (2002). *L'Art contemporain international : entre les institutions et le marché. (Le rapport disparu)*, Nîmes : Jacqueline Chambon.

RIOUT, Denys (2004). *Yves Klein : manifester l'immatériel*, Paris : Gallimard.

ROBERTSON, Iain (2005). « Introduction. The economics of taste », Iain Robertson (dir.), *Understanding International Art Markets and Management*, London: Routledge, p. 1-9.

ROTTMAN, André (2013). « Complicity and contestation. André Rottmann on Andrea Fraser at the Museum Ludwig, Cologne » In *Texte zur Kunst*, no. 90, p. 229.

ROY, Andréanne (2015). *Mathieu Beauséjour, La révolte de l'imagination*, Rimouski: Musée régional de Rimouski.

SIEGEL, Katy et Paul MATTICK (2004). *Art Works Money*, New York : Thames & Hudson, Coll. : Art Works.

TALON-HUGON, Carole (2004). « Valeur et esthétique, valeur marchande », *Philosophique : Annales littéraires de l'Université de Franche-Comté*, numéro 7, p. 63-77.

THOMPSON, Donald (2010). *The \$12 million Stuffed Shark : The Curious Economics of Contemporary Art*, New York, NY: Palgrave Macmillan.

THORNTON, Sarah (2009). *Seven Days in the Art World*, New York et Londres: W.W. Norton & Co. [2008]



UZEL, Jean-Philippe (2012). « Le retour des objets-fétiches et quelques façons d'y parer », *Esse arts + opinions*, no 75, p. 12-19.

VANDEWYNCKELE, Aurélie (2014). « Mathieu Beauséjour, Kings and Queens of Québec », *Esse arts + opinions* [En ligne] <http://esse.ca/en/mathieu-beausejour-kings-and-queens-quebec>. Consulté le 29 mai 2016.

VEBLEN, Thorstein (2007). *The Theory of the Leisure Class*, Oxford : Oxford University Press. [1899]

VELTHUIS, Olav (2005a). *Imaginary economics : contemporary artists and the world of big money*, Rotterdam: NAI Publishers, Coll. « Fascinations ».

VELTHUIS, Olav (2005b). *Talking Prices. Symbolic Meanings of Prices on the Market for Contemporary Art*. Princeton et Oxford: Princeton University Press.

VELTHUIS, Olav (2011). « The Venice Effect » *The Art Newspaper Magazine*, [En ligne] [http://www.velthuis.dds.nl/art%20newspaper\\_biennale%20effect.pdf](http://www.velthuis.dds.nl/art%20newspaper_biennale%20effect.pdf). Consulté le 15 mars 2016.

VELTHUIS, Olav (2012). « Introduction : The Contemporary Art Market Between Stasis and Flux » Maria Lind et Olav Velthuis (dir.) *Contemporary Art and Its Commercial Markets. A Report on Current Conditions and Future Scenarios*. Berlin : Sternberg Press. p. 17-52.

VERLAINE, Julie (2010). « Bon à jeter, donc inestimable ? Exposer le rebut en galerie dans les années 1960 », *Marges* [En ligne] numéro 11, <http://marges.revues.org/453> Consulté le 05 avril 2016.

WERNER, Paul (2005). *Museum, inc : Inside the Global Art World*, Chicago : Prickly Paradigm Press.

## RESSOURCES DOCUMENTAIRES

ARTEXTE (2016). «À propos», *Artex* [En ligne] <http://artex.ca/information/about/>. Consulté le 2 juin 2016.

ARTPRICE (2009). Tendances du marché de l'art. [En ligne] [http://imgpublic.artprice.com/pdf/trends2008\\_fr.pdf](http://imgpublic.artprice.com/pdf/trends2008_fr.pdf). Consulté le 20 juillet 2016.

ARTPRICE (2012). Présentation d'Artprice et perspectives 2012-2013. [En ligne] <http://imgpublic.artprice.com/pdf/presentation-ag-2012.pdf>. Consulté le 22 juin 2016.

ARTPRICE (2015). Le marché de l'art contemporain 2015. [En ligne] <http://imgpublic.artprice.com/pdf/le-marche-art-contemporain-2015.pdf>. Consulté le 22 juin 2016.

BEAUDOIN, Pierre (2015). « Moidja Kitenge - Banque du Canada » *Galerie Joyce Yahouda*, [En ligne] <http://www.joyceyahoudagallery.com/fr/programme/banque-du-canada>. Consulté le 3 juin 2016.

BELCOVE, Julie (2013). « My work doesn't mean a damn thing » *Financial Times*, [En ligne] <http://www.ft.com/cms/s/2/0b6db36e-6486-11e2-934b-00144feab49a.html>. Consulté le 8 août 2015.

CHRISTIE'S (2013). « Lot 248, Amie Siegel (B. 1974) *Provenance* », Sale 1151 : Post-War and Contemporary Art Day Auction, [En ligne] [www.christies.com/lotfinder/prints-multiples/amie-siegel-provenance-5726929-details.aspx](http://www.christies.com/lotfinder/prints-multiples/amie-siegel-provenance-5726929-details.aspx). Consulté le 3 juillet 2016.

E-FLUX (2009). «Two in One – Charity Auction » e-flux, [En ligne] <http://www.e-flux.com/announcements/two-in-one-2/>. Consulté le 8 août 2015.

METROPOLITAN MUSEUM (2015). « Amie Siegel – Provenance », *The Metropolitan Museum – Exhibition*, [En ligne] <http://www.metmuseum.org/exhibitions/listings/2014/amie-siegel>. Consulté le 2 juin 2016.

SBC (2014). « Goldin+Senneby "M&A" » SBC, Galerie d'art contemporain, [En ligne] <http://www.sbcgallery.ca/#!goldinsenneby---la-biennale/c223r>. Consulté le 29 mai 2016.

SOTHEBY'S (s.d.). « History » Sotheby's – About, [En ligne] <http://www.sothebys.com/en/inside/about-us.html>. Consulté le 4 février 2016.

UQAM (s.d.). « David Tomas » *École des arts visuels et médiatiques – Professeurs*, [En ligne] <https://eavm.uqam.ca/tomas-david.html>. Consulté le 8 août 2015.

VALI, Murtaza (2014). « Revamped Montreal Biennial Looks to the Future, in More Ways than One » *Art in America*, [En ligne] <http://www.artinamericamagazine.com/news-features/news/revamped-montreal-biennial-looks-to-the-future-in-more-ways-than-one/>. Consulté le 29 avril 2016.

## VIDÉO

THORNTON, Sarah (2010). « Goldin + Senneby's "Fiction on Auction" » 19 mars 2010, [En ligne] <http://www.christies.com/features/2010-march-goldin-senneby-fiction-on-auction-478-3.aspx>. Consulté le 2 juin 2016.

## FIGURES



**Figure 1** | Charles Wip, *Yves Klein dans La Salle du Vide*, 1961, Gélatine argentique, n.d., © 2009 VG Bild-Kunst, Bonn

Source : Kunstmuseen Krefeld. « Intervention : Yves Klein – Le Vide », [En ligne]. <http://www.kunstmuseenkrefeld.de/d/ausstellungen/ausstellung/h120090920.html>. Consulté le 15 avril 2015.



**Figure 2** | Yves Klein, *Cession d'une Zone de sensibilité picturale immatérielle à Dino Buzzati*, 1962, Gélatine argentique, n.d., crédits photographiques : Harry Shunk, archives Klein © Adagp, Paris 2012

Source : Monnaie de Paris. « Art et Argent, liaisons dangereuses », [En ligne]. <http://monnaie-de-paris.jamespot.net/content/cession-d%E2%80%99une-zone-de-sensibilit%C3%A9-picturale-immat%C3%A9rielle-%C3%A0-dino-buzzati-paris-26-janvier-196>. Consulté le 15 avril 2015.



**Figure 3** | Marcel Broodthaers. *Musée d'Art Moderne, Département des Aigles, Section Financière*, 1970-1971, Lingot d'or estampé, n.d., © Succession Marcel Broodthaers

Source : Monnaie de Paris. « Musée d'art Moderne- Département des aigles, Marcel Broodthaers », [En ligne], communiqué de presse, [https://www.monnaiede.paris.fr/system/files\\_force/dp\\_marcel\\_broodthaers\\_-\\_monnaie\\_de\\_paris\\_2015.pdf?download=1](https://www.monnaiede.paris.fr/system/files_force/dp_marcel_broodthaers_-_monnaie_de_paris_2015.pdf?download=1). Consulté le 16 juin 2016.



**Figure 4** | Piero Manzoni, *Artist's Shit*, 1961, Boîte de conserve, impression sur papier, excrément, 48 x 65 x 65 mm, 0.1 kg, Tate Museum, © DACS, 2016

Source : Tate. « Piero Manzoni Artist's Shit ». [En ligne], <http://www.tate.org.uk/art/artworks/manzoni-artists-shit-t07667>. Consulté le 16 juin 2016.



**Figure 5** | John Taylor, *Telephone bidders at Sothebys sale of Damien Hirst work 'Beautiful inside my head forever'* Photographie numérique. 15 septembre 2008

Source : The Telegraph. « Damien Hirst sale breaks art auction record, raking in £70.5 million in its first day », [En ligne], <http://www.telegraph.co.uk/news/2966049/Damien-Hirst-sale-breaks-art-auction-record-raking-in-70.5-million-in-its-first-day.html>. Consulté le 5 août 2016.





**Figure 6** | Nicolas Grenier, *Sighting 17- Le temps de l'œuvre*, 2016, Installation. n.d. Galerie Leonard & Bina Ellen.

Source : Galerie Leonard & Bina Ellen. « *Sightings* », [En ligne] [http://ellengallery.concordia.ca/?page\\_id=77](http://ellengallery.concordia.ca/?page_id=77). Consulté le 13 juin 2016.



**Figure 7** | Nicolas Grenier, *Sighting 17- Le temps de l'œuvre*, 2016, Installation. n.d. Galerie Leonard & Bina Ellen.

Source : Galerie Leonard & Bina Ellen. « *Sightings* », [En ligne] [http://ellengallery.concordia.ca/?page\\_id=77](http://ellengallery.concordia.ca/?page_id=77). Consulté le 13 juin 2016.



**Figure 8** | Nicolas Grenier, *Sighting 17- Le temps de l'œuvre*, 2016, Installation. n.d. Galerie Leonard & Bina Ellen.

Source : Galerie Leonard & Bina Ellen. « *Sightings* », [En ligne] [http://ellengallery.concordia.ca/?page\\_id=77](http://ellengallery.concordia.ca/?page_id=77). Consulté le 13 juin 2016.



**Figure 9** | Hans Haacke, *Shapolsky et al. Manhattan Real Estate Holdings - a Real Time Social System, as of May 1, 1971*, 1971, Epreuve gélatino-argentique, texte dactylographié, 56 x 106,2 cm, Centre Pompidou, MNAM-CCI, © Adagp, Paris

Source: Centre Pompidou. « *Shapolsky et al. Manhattan Real Estate Holdings - a Real Time Social System, as of May 1, 1971* », [En ligne], <https://www.centrepompidou.fr/cpv/resource/cpbzezk/rrgK7Ln>. Consulté le 16 juin 2016.



**Figure 10** | Hans Haacke, *Gift Horse*, 2015, Bronze, n.d., Fourth Plinth, Londres.

Source : Mayor of London. « Gift Horse on the Fourth Plinth », [En ligne], <https://www.london.gov.uk/what-we-do/arts-and-culture/art-and-design/gift-horse-fourth-plinth>. Consulté le 7 août 2016.



**Figure 11** | David Tomas, *Vue de l'exposition* Proposé aux enchères, 2013, Artexte, crédits photographiques : David Tomas. © David Tomas.

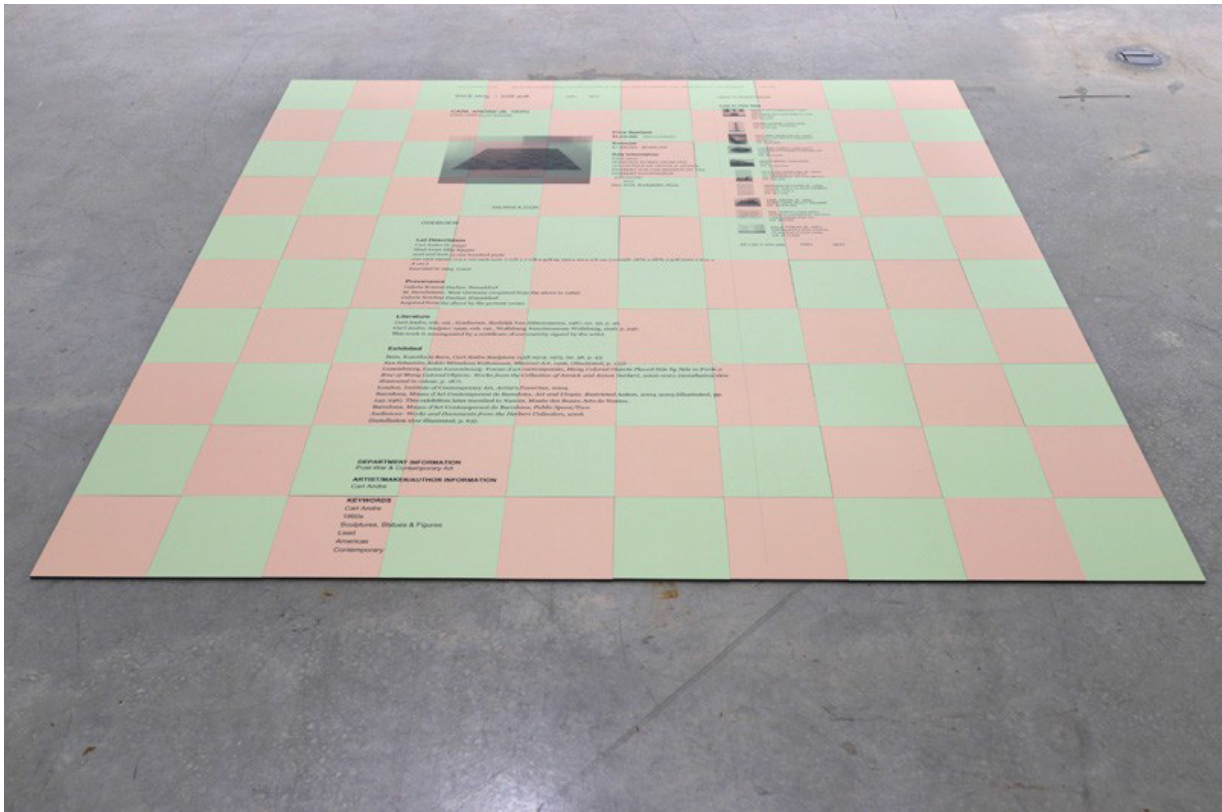
Source : David Tomas. « *Consigned for Auction – Part 1* », [En ligne] <http://davidtomas.org/index.php?/section-3/consigned-for-auction-2013-2014-/>. Consulté le 13 juin 2016.



**Figure 12** | David Tomas, *Vue de l'exposition* Proposé aux enchères, 2013, Artexte, crédits photographiques : David Tomas. © David Tomas.

Source : David Tomas. « *Consigned for Auction – Part 2* », [En ligne] <http://davidtomas.org/index.php?/section-3/consigned-for-auction-2013-2014-/>. Consulté le 13 juin 2016.

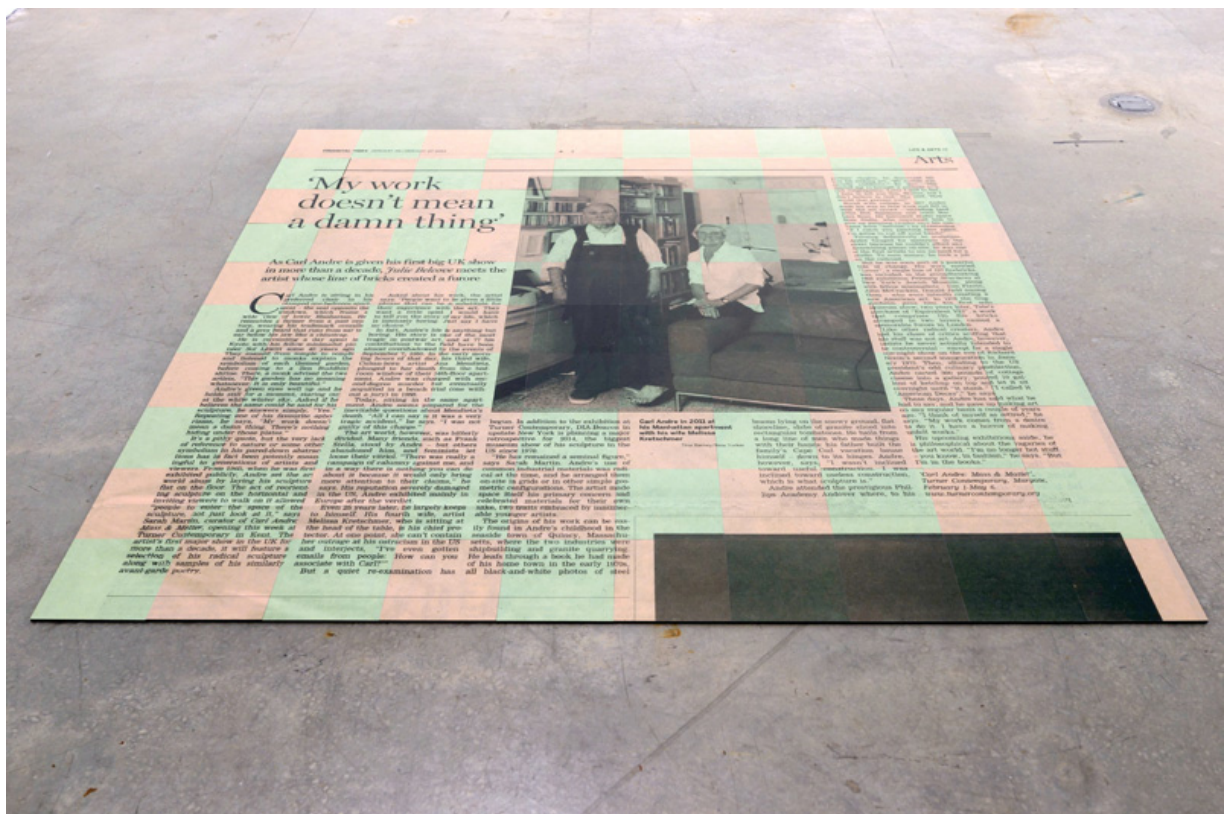




**Figure 13** | David Tomas, *Vue de l'exposition* Proposé aux enchères, 2013, Arttexte, crédits photographiques : David Tomas. © David Tomas.

Source : David Tomas. « *Consigned for Auction – Part 1* », [En ligne] <http://davidtomas.org/index.php?/section-3/consigned-for-auction-2013-2014/>. Consulté le 13 juin 2016.





**Figure 14** | David Tomas, *Vue de l'exposition* Proposé aux enchères, 2013, Arttexte, crédits photographiques : David Tomas. © David Tomas.

Source : David Tomas. « *Consigned for Auction – Part 2* », [En ligne] <http://davidtomas.org/index.php?/section-3/consigned-for-auction-2013-2014/>. Consulté le 13 juin 2016.



**Figure 15** | David Tomas, *Vue de l'exposition* Proposé aux enchères, 2013, Artexte, crédits photographiques : David Tomas. © David Tomas.

Source : David Tomas. « *Consigned for Auction – Part 2* », [En ligne] <http://davidtomas.org/index.php?/section-3/consigned-for-auction-2013-2014-/>. Consulté le 13 juin 2016.



**Figure 16** | David Tomas, *Vue de l'exposition* *Proposé aux enchères*, 2013, Artexte, crédits photographiques : Paul Litherland. © David Tomas.

Source : David Tomas. « *Consigned for Auction – Part 1* », [En ligne] <http://davidtomas.org/index.php?/section-3/consigned-for-auction-2013-2014-/>. Consulté le 13 juin 2016.



**Figure 17** | Amie Siegel, *Lot 248* (capture d'écran), 2013, Vidéo couleur sonore, 5' 27'', Metropolitan Museum, New York, Numéro d'acquisition : 2014.197.3, © Amie Siegel.

Source : Metropolitan Museum. « *Lot 248* », [En ligne] <http://metmuseum.org/art/collection/search/646713>. Consulté le 16 juin 2016.





**Figure 18** | Amie Siegel, *Proof (Christie's, 19 October, 2013)*, 2013, Impression au jet d'encre sur lucite, 31.1 x 46 cm, Metropolitan Museum, New York, Numéro d'acquisition : 2014.197.2, © Amie Siegel.

Source : Metropolitan Museum. « *Proof (Christie's, 19 October, 2013)* », [En ligne] <http://metmuseum.org/art/collection/search/646714>. Consulté le 16 juin 2016.



**Figure 19** | Amie Siegel, *Provenance* (capture d'écran), 2013 Vidéo numérique couleur sonore, 40' 30'', Metropolitan Museum, New York, Numéro d'acquisition : 2014.197.1, © Amie Siegel.

Source : Metropolitan Museum. « *Provenance* », [En ligne] <http://metmuseum.org/art/collection/search/629168>. Consulté le 16 juin 2016.



**Figure 20** | Mathieu Beauséjour, Survival Virus de Survie, 1991-99, Billet de banque estampé, 15,2 x 7 cm © Mathieu Beauséjour

Source : Base de données sur l'art canadien CACC. « Mathieu Beauséjour », [En ligne] [http://ccca.concordia.ca/artists/work\\_detail.html?languagePref=fr&mkey=68845&title=Survival+Virus+de+Survie%2C+%3Ci%3Edetail%3C%2Fi%3E&artist=Mathieu+Beaus%C3%A9jour&link\\_id=11082](http://ccca.concordia.ca/artists/work_detail.html?languagePref=fr&mkey=68845&title=Survival+Virus+de+Survie%2C+%3Ci%3Edetail%3C%2Fi%3E&artist=Mathieu+Beaus%C3%A9jour&link_id=11082) Consulté le 7 août 2016.



**Figure 21** | Mathieu Beauséjour, *Edward 8*, série *Kings and Queens of Québec*, 2008, Impression jet d'encre, édition de 5, 43 x 53 cm, © Mathieu Beauséjour

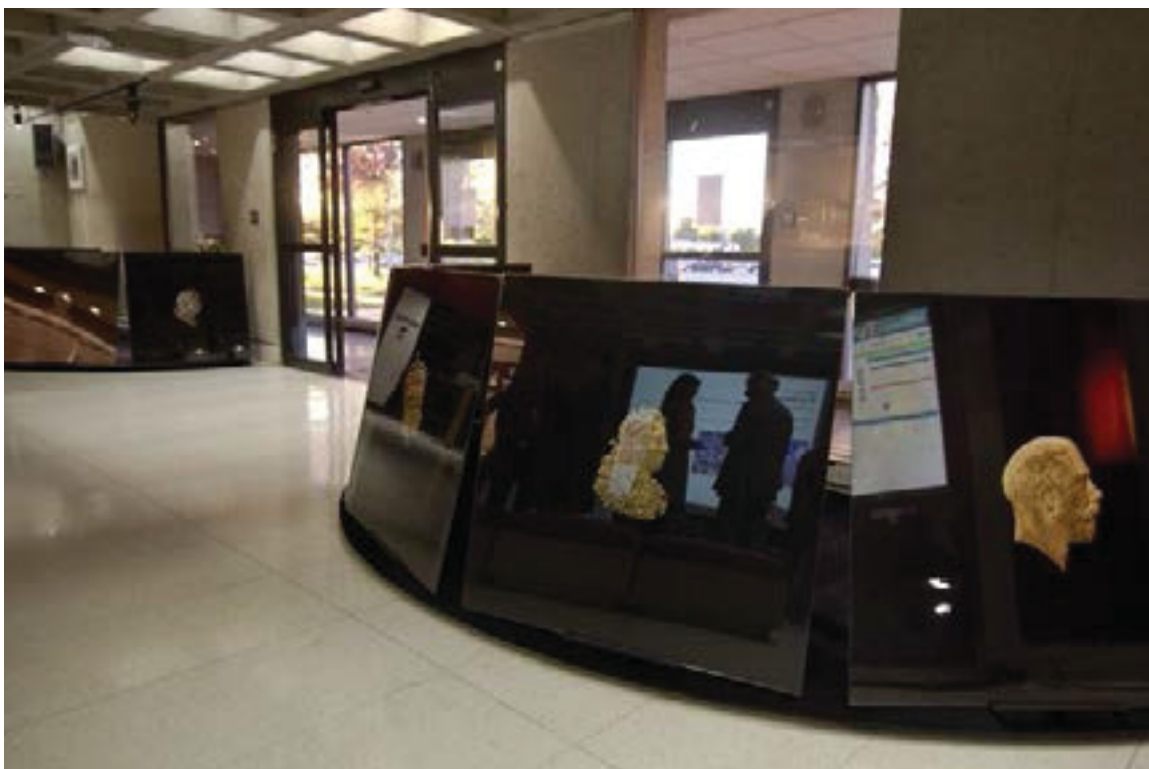
Source : Galerie Antoine Ertaskiran. « Mathieu Beauséjour », [En ligne]  
<http://www.galerieantoineertaskiran.com/artists/represented/mathieu-beausejour?locale=fr>.  
Consulté le 13 juin 2016.





**Figure 22** | Mathieu Beauséjour, *Edward 7*, série *Kings and Queens of Québec*, 2008, Impression jet d'encre, édition de 5, 43 x 53 cm, © Mathieu Beauséjour

Source : Galerie Antoine Ertaskiran. « Mathieu Beauséjour », [En ligne]  
<http://www.galerieantoinertaskiran.com/artists/represented/mathieu-beausejour?locale=fr>.  
Consulté le 13 juin 2016.



**Figure 23** | Mathieu Beauséjour, *Kings and Queens of Québec*, 2008, vue d'installation, présentée au Palais du Tau (Reims, France), Exposition *Québec Gold* © Mathieu Beauséjour

Source : Galerie Antoine Ertaskiran. « Mathieu Beauséjour », [En ligne]  
<http://www.galerieantoinertaskiran.com/artists/represented/mathieu-beausejour?locale=fr>.  
 Consulté le 13 juin 2016.



**Figure 24** | Moridja Kitenge, *Banque du Canada 100\$*, 2015, Impression numérique sur papier, 109.9 x 50.7 cm, Edition : 1/5 © Moridja Kitenge

Source : Galerie Joyce Yahouda. « Moridja Kitenge », [En ligne]

<http://www.joyceyahoudagallery.com/en/schedule/bank-of-canada>. Consulté le 13 juin 2016.



**Figure 25** | Moridja Kitenge, *Banque du Canada*, 2015, vue de l'exposition, Galerie Joyce Yahouda, © Moridja Kitenge

Source : Galerie Joyce Yahouda. . « Moridja Kitenge », [En ligne]

<http://www.joyceyahoudagallery.com/en/schedule/bank-of-canada>. Consulté le 13 juin 2016.



**Figure 26** | Takashi Murakami, *LV Monogram-Multicolore Black*, 2007, Lithographie sur toile, édition de 100, 41 x 41cm, © Takashi Murakami

Source : Artnet. « Past Auction – Takashi Murakami », [En ligne] [http://www.artnet.com/artists/takashi-murakami/monogram-multicolore-black-contained-in-original-93BS8m5eqSxQoD\\_9XGKs-g2](http://www.artnet.com/artists/takashi-murakami/monogram-multicolore-black-contained-in-original-93BS8m5eqSxQoD_9XGKs-g2). Consulté le 16 juin 2016.



**Figure 27** | Noel Vasquez, *Takashi Murakami* and bags for sale at his exhibition at the *Museum of Contemporary Art in Los Angeles*, 2007, Photographie numérique, © Noel Vasquez/Getty Images

Source : The New York Times. « The Artist's Fall Collection », [En ligne] [http://www.nytimes.com/2007/11/08/fashion/08ART.html?\\_r=0](http://www.nytimes.com/2007/11/08/fashion/08ART.html?_r=0). Consulté le 16 juin 2016.







**Figure 29** | Goldin+Senneby, *M&A*, 2014, vue de la performance, avec Jo Randerson (dramaturge), Paul Leong (banquier d'investissement), Ybodon (informaticien), Anna Heymowska (conceptrice), Johan Hjerpe (graphiste) et Gerard Harris / Patrice Martre (acteurs), Galerie SBC, crédits photographiques : Guy l'Heureux, © Goldin+Senneby

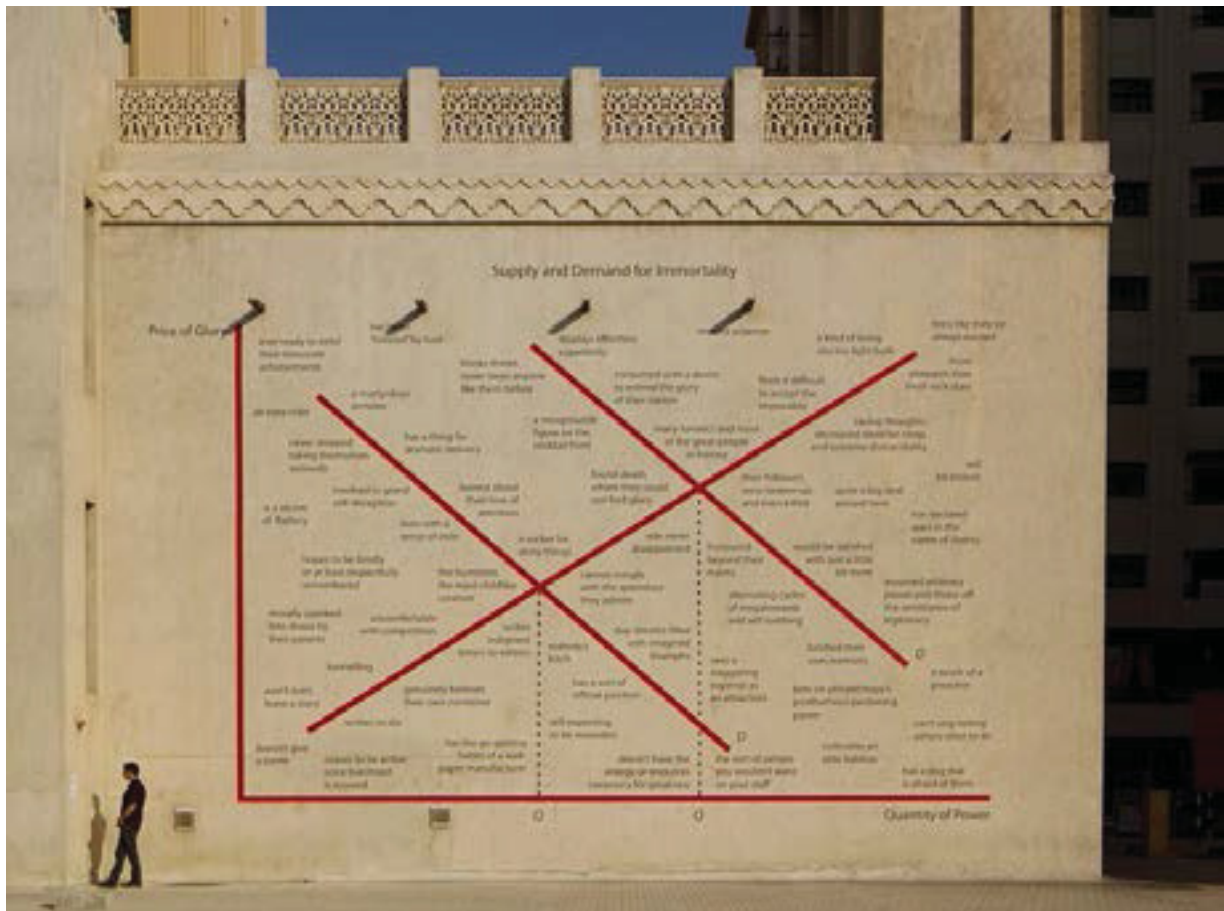
Source : Galerie SBC. « Goldin+Senneby », [En ligne] <http://www.sbcgallery.ca/#!goldinsenneby---biennale-/c1s3r>. Consulté le 13 juin 2016.





**Figure 30** | Richard Ibghy et Marilou Lemmens, *The Prophets*, 2014, vue de l'installation, La Biennale de Montréal, Musée d'art contemporain de Montréal, © Richard Ibghy et Marilou Lemmens.

Source : Richard Ibghy & Marilou Lemmens. « *The Prophets* », [En ligne] <http://www.ibghylemmens.com/theprophets.html>. Consulté le 13 juin 2016.



**Figure 31** | Richard Ibghy et Marilou Lemmens, *Supply and Demand for Immortality*, 2011, 10<sup>e</sup> Biennale de Sharjah, Émirats Arabes Unis, © Richard Ibghy et Marilou Lemmens.

Source : Richard Ibghy & Marilou Lemmens. « *Supply and Demand for Immortality* », [En ligne] <http://www.ibghylemmens.com/SupplyDemandImmortality.html>. Consulté le 13 juin 2016.



**Figure 32** | Louise Lawler, *People who expressed interest in this work also bid on the following*, 2009, impression sur papier, 29,5 x 21 cm, © Louise Lawler.

Source : Artprice. « Past Auctions », [En ligne] <http://www.artnet.com/artists/louise-lawler/people-who-expressed-interest-in-this-work-also-nK-4dMrsATDyGms17YhMMg2>. Consulté le 13 juin 2016.

Illustration retirée

**Figure 33** | *Évolution des prix des œuvres d'art*, 2009, ©Artprice

Source : Artprice. « 2008 : Tendances du marché de l'art », [En ligne] <http://fr.artprice.com/artmarketinsight/reports>. Consulté le 20 janvier 2016.

Illustration retirée

**Figure 34** | *Lots vendus aux enchères en occident par périodes de création*, 2016, ©Artprice

Source : Artprice. « Le marché de l'art en 2015 », [En ligne] [http://imgpublic.artprice.com/pdf/rama2016\\_fr.pdf](http://imgpublic.artprice.com/pdf/rama2016_fr.pdf). Consulté le 8 juin 2016.

Illustration retirée

**Figure 35** | *Produit des ventes aux enchères par périodes*, 2016, ©Artprice

Source : Artprice. « Le marché de l'art en 2015 », [En ligne]  
[http://imgpublic.artprice.com/pdf/rama2016\\_fr.pdf](http://imgpublic.artprice.com/pdf/rama2016_fr.pdf). Consulté le 8 juin 2016.

Illustration retirée

**Figure 36** | *Produit des ventes aux enchères d'art contemporain par médium*, 2015, ©Artprice

Source : Artprice. « Le marché de l'art contemporain 2015 », [En ligne] <http://imgpublic.artprice.com/pdf/le-marche-art-contemporain-2015.pdf>. Consulté le 15 décembre 2015.

Illustration retirée

**Figure 37** | *Andy Warhol : ses représentations de la monnaie les plus onéreuses*, 2016,  
©Artprice

Source : Artprice. « Résultats d'adjudication de Andy Warhol », [En ligne]  
<http://fr.artprice.com/artiste/30269/andy-warhol/lots/passes>. Consulté le 14 juillet 2016.



Illustration retirée

**Figure 38** | *Mathieu Beauséjour : résultat de vente, Kings and Queens of Québec, 2016,*  
©Artprice

Source : Artprice. « Résultats d'adjudication de Mathieu Beauséjour », [En ligne]  
<http://fr.artprice.com/artiste/248192/mathieu-beausejour/lots/passes>. Consulté le 14 juillet  
2016.

Illustration retirée

**Figure 39** | *Amie Siegel : résultat de vente, Provenance*, 2016, ©Artprice

Source : Artprice. « Résultats d'adjudication de Amie Siegel », [En ligne]  
<http://fr.artprice.com/artiste/565203/amie-siegel/lots/passes>. Consulté le 14 juillet 2016.

Illustration retirée

**Figure 40** | *Yves Klein : résultats de vente*, Le Saut dans le vide, 2016, ©Artprice

Source : Artprice. « Résultats d'adjudication de Yves Klein », [En ligne] <http://fr.artprice.com/artiste/15467/yves-klein/lots/passes>. Consulté le 14 juillet 2016.

Illustration retirée

**Figure 41** | *Yves Klein : résultats de vente*, Dimanche, le journal d'un seul jour, 2016,  
©Artprice

Source : Artprice. « Résultats d'adjudication de Yves Klein », [En ligne] <http://fr.artprice.com/artiste/15467/yves-klein/lots/passes>. Consulté le 14 juillet 2016.

Illustration retirée

**Figure 42** | *Marcel Broodthaers : résultat de vente*, Lingots d'or, 2016, ©Artprice

Source : Artprice. « Résultats d'adjudication de Marcel Broodthaers », [En ligne]  
<http://fr.artprice.com/artiste/3984/marcel-broodthaers/lots/passes>. Consulté le 14 juillet 2016.

Illustration retirée

**Figure 43** | *Piero Manzoni, Merda d'artista. Lots les moins dispendieux*, 2016, ©Artprice

Source : Artprice. « Résultats d'adjudication de Piero Manzoni », [En ligne] <http://fr.artprice.com/artiste/63682/piero-manzoni/lots/passes>. Consulté le 14 juillet 2016.

Illustration retirée

**Figure 44** | *Piero Manzoni, Merda d'artista. Lots les plus dispendieux*, 2016, ©Artprice

Source : Artprice. « Résultats d'adjudication de Piero Manzoni », [En ligne] <http://fr.artprice.com/artiste/63682/piero-manzoni/lots/passes>. Consulté le 14 juillet 2016.

Illustration retirée

**Figure 45** | *Andrea Fraser, résultat de vente*, 2016, ©Artprice

Source : Artprice. « Résultats d'adjudication de Andrea Fraser », [En ligne] <http://fr.artprice.com/artiste/251207/andrea-fraser/lots/passes>. Consulté le 14 juillet 2016.



Illustration retirée

**Figure 46** | *Hans Haacke, résultats de vente Reaganomics et Condensation Cube, 2016,*  
©Artprice

Source : Artprice. « Résultats d'adjudication de Hans Haacke », [En ligne]  
<http://fr.artprice.com/artiste/31850/hans-haacke/lots/passes>. Consulté le 14 juillet 2016.

Illustration retirée

**Figure 47** | *Goldin + Senneby, résultat de vente, Fiction on Auction, 2016, ©Artprice*

Source : Artprice. « Résultats d'adjudication de Goldin+Senneby », [En ligne] <http://fr.artprice.com/artiste/486159/goldin+-senneby/lots/passes>. Consulté le 14 juillet 2016.

Illustration retirée

**Figure 48** | *Louise Lawler, résultats de vente*, People who expressed interest in this work also bid on the following, 2016, ©Artprice

Source : Artprice. « Résultats d'adjudication de Louise Lawler », [En ligne] <http://fr.artprice.com/artiste/16730/louise-lawler/lots/passes>. Consulté le 14 juillet 2016.

## **ANNEXE I**

**DAVID TOMAS, *PROPOSÉ AUX ENCHÈRES* : GUIDE D'UTILISATEUR**

## Proposé aux enchères — Guide de l'utilisateur

1. Les artistes ont souvent cultivé une relation ambivalente avec la société. La critique fait souvent contrepoids à la célébration, et les affirmations d'autonomie intellectuelle, à la dépendance économique. Cette ambivalence est d'autant plus flagrante pour les artistes qui ont tenté ou qui tentent d'exposer, de critiquer ou d'altérer les fondements institutionnels de leur discipline et de leur pratique. Dans ces cas, le succès peut être de courte durée, les pratiques et les gestes radicaux étant absorbés par des institutions et, finalement, par la discipline dans son ensemble. Cette ambivalence ne résulte pas seulement des tensions et des frictions découlant d'une pratique limitée par la discipline et les institutions, mais aussi des contradictions issues de cette absorption institutionnelle et de la neutralisation des conditions d'exposition. On trouve aussi une forme plus globale d'ambivalence historique déclenchée par la connaissance et la « conscience » de pratiques radicales, qui servent de toile de fond dans le cycle de vie normal d'un objet d'art, comme c'est le cas lorsqu'il circule dans une économie de marché. L'histoire récente de la vente aux enchères d'œuvres d'art contemporain présente un contexte intéressant pour explorer cette relation évolutive d'ambivalence entre art, artistes et société.
2. Véritable carrefour et centre d'information pour la redistribution de « denrées » culturelles et naturelles et média par lequel ces denrées s'exposent à une constante réévaluation, la vente aux enchères a toujours tenu un rôle particulier dans notre société.
3. En faisant circuler des objets dans les espaces publics et privés, les ventes aux enchères veillent au renouvellement systématique du paysage culturel matériel. Dans la foulée de ce processus, la dimension concurrentielle des enchères attribue une valeur culturelle et monétaire collective à ces objets. On pourrait même avancer que la vente aux enchères est l'une des quelques institutions qui s'emploient activement et quotidiennement à réunir différents espaces et temps en articulant le capital tangible et symbolique.
4. Le processus de la vente aux enchères atteint ses objectifs socioéconomiques et culturels par le truchement d'une expérience multisensorielle complexe alimentée par le désir, la concurrence et la propriété. Le catalogue de la vente aux enchères est le cadre de référence élémentaire de cette expérience, car il met en scène la vente en tant que telle.
5. Chaque vente est une partie intégrante de son catalogue conçu pour persuader le lecteur que les objets qui y sont présentés sont désirables — utiles, inusités, historiquement ou culturellement importants, rares — et, par conséquent, qu'ils valent tous la peine qu'on les possède.
6. Le catalogue de vente aux enchères constitue non seulement l'inventaire de base des objets à vendre dans un marché libre, mais un document d'archives sophistiqué sur ces objets.
7. La structure — simple — d'un catalogue repose sur six éléments : le numéro de lot, le nom de l'artiste (s'il y a lieu), le titre et la date de l'œuvre, la description de l'objet, la valeur estimée qui sert à orienter l'acheteur et une note sur la provenance de l'objet (s'il y a lieu). Une reproduction photographique de l'objet à vendre (facultative, mais de plus en plus nécessaire) accompagne aussi ces éléments. La mise en page de ces données a varié au fil du temps, mais a toujours pris une forme

chronologique suivant la séquence des numéros de lot. Voilà les éléments de base du système (de l'économie) du catalogue de vente aux enchères. On les trouve sous différentes formes visuelles, que ce soit dans un catalogue des plus classiques ou dans l'une de ces multiples déclinaisons ultramodernes. Ils constituent le modèle élémentaire et commun dans lequel toutes les unités peuvent être ordonnées selon n'importe quelle séquence — selon n'importe quelle relation que ces unités entretiennent les unes par rapport aux autres. Tous les catalogues de vente aux enchères s'appuient sur la reproduction séquentielle (cellulaire) de ce modèle. Et le format graphique « universel » découle de cette organisation cellulaire.

8. Comme tout modèle graphique universel conçu pour remplir une fonction économique ou bureaucratique courante (comme dans le cas d'un chèque ou d'un formulaire d'entreprise), l'identité du catalogue de vente aux enchères est double. *Primo*, il doit, un tant soit peu, représenter l'organisation qu'il sert. *Secundo*, il doit permettre à l'organisation de capitaliser l'identité de sa « marchandise » afin d'atteindre son premier objectif bureaucratique ou organisationnel, qui prend la forme de l'ultime but économique, à savoir un échange d'argent ou d'objets. Cette dualité fonctionnelle transforme le catalogue de vente aux enchères en un non-site sophistiqué. Un objet donné n'est plus rattaché à un site ou à une fonction précise; il n'a ni « port d'attache » ni de fonction culturelle précise, car on l'a séparé des deux afin de le vendre dans un marché libre où, en principe, l'égalité est garantie par un simple mécanisme : le bruit du maillet du commissaire-priseur annonçant l'adjudication définitive de l'objet convoité au plus offrant. L'exposition publique ou privée est souvent sa destination finale.

9. La vente aux enchères et son catalogue proposent un modèle de fragmentation et de circulation des objets qui reflète un modèle économique où l'origine et la chronologie sont souvent intentionnellement démantelés pour cadrer avec les activités du marché libre tributaires du désir et de la concurrence (soit les enchères entre parties intéressées). Le catalogue de vente témoigne en silence de ce processus et de ses archives figées.

10. Une fois les objets vendus, le catalogue de vente aux enchères devient une sorte de registre d'information. Sous cette forme, il sert d'archive intimement liée à la valeur économique — marchande — et à l'identité culturelle des objets (origines et provenance). Ces renseignements peuvent servir à retracer l'histoire des objets, soit leurs allées et venues dans le système économique des ventes aux enchères et les espaces publics et privés, d'une collection à une autre.

11. Pour être de leurs temps, les principales maisons de vente aux enchères, comme Christie's et Sotheby's, ont diversifié leurs activités dans l'immobilier, l'éducation, les ventes privées et les expositions-ventes organisées par des commissaires qui imitent celles des galeries d'art privées. C'est ainsi que ces maisons appliquent un modèle d'entreprise multinationale tentaculaire dans leur processus de mise aux enchères pour lier leurs activités et leur nom prestigieux à d'autres catégories et processus sociaux de la culture matérielle. Et c'est ce même modèle qui a mené à leur récente expansion mondiale dans des marchés « culturels » autrefois éloignés ou inaccessibles, comme ceux de Beijing, de Dubaï, de Doha, de Hong Kong, de Mumbai et de Shanghai.

12. Les artistes exploitent sporadiquement les enchères et le catalogue dans leur art. Par exemple, en 1926, Marcel Duchamp a lui-même conçu le catalogue qui accompagnait la vente de 80 œuvres de

Francis Picabia à l'Hôtel Drouot, maison de vente aux enchères parisienne. Damien Hirst a fait de même pour contourner la structure traditionnelle d'un marché de l'art centré sur les galeries. En septembre 2008, son expo-vente *Beautiful Inside My Head Forever* s'est déroulée pendant deux jours dans les locaux de Sotheby's à Londres.

13. En s'appropriant la vente aux enchères au nom d'un autre modèle d'affaires qui fait de l'artiste un *entrepreneur* et le place au cœur même de ce monde financier et symbolique, représenté et articulé par la vente aux enchères, Hirst a posé un geste pour le moins inédit, si ce n'est en dévoilant ce qui avait toujours été implicite dans le monde de l'art et son économie de marché. Son tour de force : exposer au grand jour le contrat invisible liant art et argent, désir et pouvoir. La vente de Hirst en 2008 chez Sotheby's a confirmé le rôle traditionnel, quoique non reconnu, de la maison de vente aux enchères, à savoir celui de traiter exposition et vente aux enchères sur un pied d'égalité. Et conformément à ce modèle, toutes les œuvres doivent être considérées, d'abord et avant tout, comme de la marchandise.

14. Bien que certains artistes aient exploité les ventes aux enchères pour leur gain personnel, ils n'ont pas encore tiré parti de la mine de renseignements archivés entre la première et la quatrième de couverture des catalogues ni su profiter des dimensions spatiotemporelles complexes que ces renseignements génèrent entre différents lieux et époques. Il en va de même pour les nouvelles méthodes d'analyse, d'organisation et de présentation des résultats de cette forme « ultramoderne » d'archéologie.

15. En dépit de la durée de vie limitée des catalogues de vente aux enchères en raison de leur fonction liée à un événement circonscrit dans le temps, ces livres expriment d'intéressantes caractéristiques épistémologiques qui valent la peine qu'on s'y attarde compte tenu des liens avec la culture et leurs fondements socioéconomiques.

16. Comme le catalogue de vente aux enchères encadre la circulation des objets entre les sphères publiques et privées de l'activité sociale, il est devenu un témoin important des relations et des transformations dans la définition et la fonction de l'objet d'art et de l'artiste et des types de connaissances qui sont déployées pour servir ces transformations.

17. Le catalogue de vente aux enchères témoigne du processus par lequel on crée, soutient et authentifie artificiellement la généalogie socioculturelle ainsi que le prestige et la valeur économique et symbolique d'un objet donné au moyen des *connaissances* que le catalogue diffuse sur cet objet. Car c'est par l'intermédiaire du catalogue que ces connaissances sont mises en corrélation, officiellement et publiquement, avec une valeur monétaire (exprimée à la base sous forme de valeur estimée dans le catalogue) de façon à *enrichir* et à donner de la *substance* au potentiel marchand et symbolique de l'objet en question. Le *désir de posséder* un objet est donc ouvertement encouragé, appuyé par diverses stratégies de conception graphique dont les auteurs se sont approprié outils d'experts et savoir universitaire (citons par exemple l'article spécialisé ou le billet du commissaire, ou encore l'entrevue, les références et les citations) dans le but précis de vendre de l'art.

18. À l'origine, le catalogue de vente aux enchères servait d'interface entre l'expertise — que la maison de vente aux enchères organisait pour aider la vente de divers objets — et la vaste population

de négociants et de collectionneurs d'art, amateurs et professionnels confondus, qui pouvaient manifester un intérêt pour l'achat des objets présentés dans ses pages. C'était souvent le catalographe qui avait la tâche de recueillir les renseignements sur les lots à vendre. Depuis les années 1970 cependant, le catalogue s'est lentement transformé en un centre important d'*archives* de connaissances d'expert recyclées ou commandées, organisées pour appuyer, dans la plupart des cas, des œuvres individuelles d'envergure dans le but précis d'accroître leurs capitaux symboliques et économiques.

19. Depuis les quelque dix dernières années, les maisons de vente aux enchères se sont mises à produire des catalogues de plus en plus complexes comprenant de longs essais, de même que des biographies et des entrevues détaillées présentées dans des formats visuels novateurs. La maison la plus créative à cet égard est sans doute Phillips de Pury (désormais appelée Phillips) qui a lancé, en 2009, une série de ventes aux enchères thématiques, la première s'intitulant *Now*. Cette série a contribué à redéfinir les limites du modèle de catalogue traditionnel en proposant différentes catégories d'objets dans un cadre de référence commun propre au domaine des arts, de même qu'une esthétique de magazine intégrant images comparatives, courts essais, commentaires et entrevues réalisées par des artistes, des commissaires et des collectionneurs renommés ou sur ces derniers.

20. Rares sont les fois où les institutions d'art ont mis le processus de vente aux enchères sur la sellette pour en dévoiler les mécanismes, les procédures, l'économie implicite et sa politique. Citons cependant une exception notoire en 2009 : la vente aux enchères *Two in One* tenue sous les auspices de Christie's en collaboration avec le centre d'art contemporain Witte de With and de Appel. Les artistes étaient invités à produire une œuvre appelée à interagir avec la vente aux enchères en tant qu'institution et processus. Les actions de ces artistes restaient néanmoins confinées à cet « événement gala ». De plus, le catalogue de cette vente s'en tenait à son rôle traditionnel de diffuseur d'information sur chaque objet proposé aux enchères; sa conception graphique était donc conforme aux normes de l'industrie pour ce type de publication.

21. En plus de constituer de mini-archives livresques, les catalogues de vente aux enchères peuvent être conçus comme des œuvres d'art à collectionner, auquel cas elles peuvent aussi servir de matériau méta-visuel qui joue sur son propre cadre de référence institutionnel. La publication de 2008 intitulée *Collect this Catalogue* de Phillips de Pury est intéressante non seulement pour les quatre estampes originales qu'elle contient, mais pour son titre autoréférentiel. Elle sert simultanément de catalogue de vente aux enchères, de moyen de distribution, de site d'exposition et de véhicule pour une critique néo ou post-institutionnelle ironique et amusante (les estampes n'ont été ni signées, ni datées, ni numérotées). En proposant une nouvelle catégorie de livres, à mi-chemin entre le catalogue de vente aux enchères et l'objet d'art, ces ouvrages commencent à brouiller les limites qui distinguent la vente aux enchères de l'œuvre d'art d'une manière pour le moins originale.

22. Une œuvre d'art peut s'engager sur le chemin de la vente aux enchères bien plus tôt que prévu si elle intègre cette « fin » dès le début de sa conception, comme le catalogue de 1926 de Duchamp le laissait entendre implicitement ou comme Louise Lawler l'a démontré en 2009. La contribution de Lawler — l'œuvre intitulée *People who expressed interest in this work also bid on the following:* — durant la vente *Two in One* peut être considérée comme une heureuse manière d'introduire de façon dynamique une contre-pratique analytique dans le processus des enchères pendant le déroulement de la vente.



23. Les œuvres d'art conçues en fonction d'un catalogue de vente aux enchères et de leurs archives ont une double fonction sociale : elles rendent visible une transition clé dans l'économie de l'art où il est possible de faire l'expérience d'une œuvre d'art, voire de l'acquérir, avant qu'elle ne disparaisse dans d'autres sphères publiques ou privées. Elles fonctionnent aussi sur un mode méta-disciplinaire, leur existence débutant là où l'économie primaire d'une œuvre d'art s'achève, où le cycle élémentaire de production et de consommation se limite, en premier lieu, au studio (ou à tout autre site de production), au circuit des galeries et des musées et à leurs diverses ramifications hors site. La vente aux enchères permet le développement d'un méta-circuit secondaire favorisant la circulation d'une œuvre dans des sphères publiques ou privées d'une société. En accrochant une œuvre « méta-visuelle » conçue « à travers » les enchères dans un espace public ou privé, le visiteur est mis devant la reproduction d'une période clé du cycle de vie économique occidental de toute œuvre d'art.

24. Toutes les principales maisons de vente aux enchères ont créé des sites Web élaborés présentant un large éventail de renseignements sur le processus de vente aux enchères : de la consignation aux versions électroniques des catalogues papiers en passant par le service après-vente. Les renseignements sur les ventes désormais archivés dans ces sites peuvent aussi servir de cadre de référence primaire pour produire de nouvelles œuvres totalement indépendantes, voire des pratiques d'exposition innovatrices. L'organisation non linéaire, la conception inhabituelle et l'accessibilité de ces sites constituent une nouvelle base de production d'œuvres ou d'expositions.

25. La série de documents PDF transmis par courriel intitulée *Remote Exhibition* représente une tendance différente des pratiques d'exposition conventionnelles courantes. Ces mini-expositions sont conçues comme des rencontres avant ou après la vente aux enchères où au moins un lot est sélectionné pour que les visiteurs puissent en faire l'expérience directement (durant une visite précédant la vente), indirectement (en consultant un catalogue) ou tout simplement à titre de « directives » dans le cadre d'une expérience de la pensée.

26. Le catalogue de vente aux enchères peut aussi être utilisé pour produire des « méta-catalogues » comme le catalogue Picabia de Duchamp en 1926 ou, plus récemment, le livre d'artiste *Negotiations* (2011) de Sean Micka qui s'est approprié un catalogue de 1983 de Christie's intitulé *The Contents of Benjamin Ginsburg, Antiquary Including the Property of Cora Ginsburg*. Les méta-catalogues explorent diverses facettes ou possibilités implicites d'un catalogue ou d'une vente aux enchères donnés, ce qui est particulièrement intéressant dans le cas de la vente d'une collection, ou d'une partie d'une collection, d'œuvres d'art conçues et produites à l'origine pour fonctionner à l'extérieur des catégories et des institutions d'art conventionnelles. Le catalogue Picabia de Duchamp est l'un des premiers exemples de ce concept. Citons, plus récemment et dans un autre registre, la vente aux enchères intitulée *Selected Works from the Collection of Anton & Annick Herbert for the Benefit of the Herbert Foundation*, en 2011, qui regroupait des œuvres minimales et conceptuelles ainsi que de l'arte povera de praticiens réputés de la fin des années 1960. Le fait de mettre aux enchères des œuvres créées sous différentes conditions historiques de production, d'exposition et d'échange met en lumière les contradictions que produisent les multiples rôles et fonctions d'objets circulant dans différents systèmes économiques et époques de leur histoire.

27. La récupération sélective d'œuvres d'art clés par l'intermédiaire du processus de la vente aux enchères et de leur transformation en documents méta-visuels soulève d'importantes questions quant aux nouveaux statuts et fonctions culturels, socioéconomiques et épistémologiques de ces œuvres. Chaque sélection, chaque œuvre incarnent une analyse visuelle différente de la vente aux enchères et de son catalogue — et ce, en dépit de la similarité des œuvres et de leur présentation —, car leur sémiotique individuelle résonne différemment dans les économies spécialisées où elles circulent en tant qu'objets, images de catalogue ou documents méta-visuels proposés aux enchères.

David Tomas

Traduction : Jean-Sébastien Leroux

## **Proposé aux enchères.**

### **Notes pour une histoire du catalogue de vente aux enchères en art contemporain**

1. Juillet 1924. Première vente d'une importante collection d'art moderne et d'artefacts ethnographiques, la collection Éluard, à l'Hôtel Drouot, maison de vente aux enchères parisienne.

2. Mars 1926. Vente aux enchères de 80 œuvres de Francis Picabia appartenant à Marcel Duchamp à l'Hôtel Drouot à Paris. Le catalogue est conçu par Duchamp. Il s'agit du premier exemple de recours aux enchères par un artiste pour la vente d'œuvres d'un autre artiste. Le catalogue est le premier à être réalisé par un artiste pour la vente d'œuvres qu'il a lui-même collectionnées.

3. Juillet 1931. Première grande vente d'artefacts ethnographiques d'Afrique, d'Amérique et d'Océanie collectionnés par des artistes et écrivains d'avant-garde, la collection André Breton et Paul Éluard, à l'Hôtel Drouot, à Paris.

---

4. Octobre 1973. Première vente importante d'une collection majeure d'art contemporain, *A Selection of Fifty Works from the Collection of Robert C. Scull*, chez Sotheby Parke Bernet à New York, qui suscite la controverse chez les artistes.

5. Octobre 1992. Vente, « sur ordre des créanciers », du contenu de la Nigel Greenwood Gallery par Sotheby's à Londres. La Nigel Greenwood Gallery est l'une des principales galeries de Londres, avec ses consœurs Lisson, Situation, et Jack Wendler, à faire connaître dans les années 1970 les artistes de la relève travaillant en art conceptuel et domaines apparentés. La vente aux enchères au profit des créanciers marque la fin à Londres d'un profil de marchand d'art animé d'une vocation particulière, et sert également de baromètre des transformations économiques et esthétiques dans le monde artistique d'après les années 1980.

6. Mai 1994. Vente des biens de la succession de John Rewald par Christie's à New York. Le catalogue donne un aperçu des choix de cet important historien de l'art en matière de collection, et constitue en quelque sorte des archives de la collection elle-même et des orientations de son propriétaire.

7. Octobre 2005. Vente d'œuvres de la collection Liliane et Michel Durand-Dessert chez Sotheby's et à la galerie Liliane et Michel Durand-Dessert à Paris. Il s'agit d'une vente aux enchères d'envergure, principalement d'œuvres postérieures aux années 1960 d'artistes représentés par cette importante galerie française. Le catalogue illustre la dimension intellectuelle et esthétique de la collection, mais permet aussi de saisir la personnalité d'une galerie et, à travers l'encan, les prédispositions pour l'« avant-garde » de la maison et du processus de vente aux enchères.

8. Septembre 2008. Première vente des œuvres d'un artiste organisée par l'artiste lui-même, lors d'un processus d'enchères chez Sotheby's à Londres. *Beautiful Inside My Head Forever*, par Damien Hirst, contourne le circuit économique traditionnel des galeries de manière spectaculaire. La vente de 223 lots établit un record pour des enchères portant sur un seul artiste.

9. Septembre 2009. Inauguration de la série d'enchères thématiques *NOW* chez Phillips de Pury (aujourd'hui Phillips). *NOW* annonce la vente des œuvres dans un catalogue raffiné où l'on retrouve

essais, entrevues, œuvres d'art, photographies et produits design dans une hybridation spectaculaire et sans précédent des catégories d'enchères traditionnelles.

10. Novembre 2008. Phillips de Pury publie le premier catalogue d'enchères qui comprend des œuvres originales d'artistes vivants. *Collect this Catalogue* est un exemple frappant d'une stratégie novatrice pour promouvoir la vente en jouant sur l'ironie et l'interpellation, dans un hommage au rôle social joué par les collectionneurs et à la relation privilégiée qu'ils entretiennent avec le processus et l'économie des enchères.

11. Mai 2009. Vente aux enchères *Two in One* organisée par Christie's à Amsterdam, en collaboration avec Witte de With et de Appel. Cette exploration collective systémique des enchères à travers la vente d'œuvres créées expressément aux fins de ce processus est soulignée par la publication d'un catalogue certes conventionnel, mais qui documente néanmoins cet événement important.

12. Décembre 2010. Envoi par courriel de la première d'une série d'« expositions distantes » en PDF. Chacune de ces expositions est conçue pour mettre en valeur un petit groupe d'œuvres que l'on pourra voir au cours des heures de visite précédant un encan, ou en consultant le catalogue et Internet. Les PDF et leurs prolongements en édition limitée servent, en leur capacité de méta-catalogue condensé, à susciter la curiosité à propos de la nature et de la fonction de la vente aux enchères, du catalogue, de la collection et de l'exposition.

13. Novembre 2011. Première grande vente aux enchères d'œuvres minimalistes, conceptuelles et d'*arte povera* choisies de la célèbre collection Anton et Annick Herbert chez Christie's à New York. Elle constitue un événement important dans la tentative de créer un marché d'enchères pour ce type d'œuvres réputées « difficiles ».

***Information ou connaissance : exemples de catalogues conçus pour servir de proto-ouvrages de référence en histoire de l'art.***

14. Mars 1926. Vente de 80 œuvres de Francis Picabia appartenant à Marcel Duchamp, Hôtel Drouot, Paris. Le catalogue est conçu par Duchamp. C'est le premier exemple du recours aux enchères par un artiste pour la vente d'œuvres d'un autre artiste. Le catalogue contient un encart rédigé par Duchamp sous le nom de plume de Rose Sélavy qui trace les grandes lignes de l'évolution stylistique des œuvres en vente.

---

15. Novembre 1992. Vente de *Marilyn x 100* d'Andy Warhol chez Sotheby's à New York. Le mince catalogue de 28 pages est un exemple compact de la façon de présenter une information historique/biographique pertinente organisée pour contribuer à la vente, ici, de cette seule œuvre. C'est aussi un cas de publication d'un catalogue d'enchères autonome dans le cadre d'une vente plus large représentée par un autre catalogue. *Marilyn x 100* est le lot 25 de *Contemporary Art, Part I* (vente 6363).

16. Mai 2007. Vente aux enchères d'une unique œuvre d'Andy Warhol, *Green Car Crash (Green Burning Car I)*, chez Christie's à New York. Le catalogue de 110 pages est un excellent exemple d'information historique/biographique substantielle qui peut être mise au service de la vente d'une seule œuvre. Une telle publication devient par la suite un ouvrage de référence ciblé.

17. Septembre 2009. Inauguration de la série d'enchères thématiques *NOW* chez Phillips de Pury (aujourd'hui Phillips). *NOW* annonce la vente des œuvres dans un catalogue raffiné où l'on retrouve essais, entrevues, œuvres d'art, photographies et produits design.

18. Novembre 2011. Publication du catalogue de la vente aux enchères d'œuvres minimalistes, conceptuelles et d'*arte povera* choisies de la célèbre collection Anton et Annick Herbert chez Christie's à New York. Ce catalogue est conçu non seulement pour souligner l'importance de la collection d'un point de vue historique, et donc la valeur de chaque œuvre, mais aussi pour donner un cadre de référence pour le regroupement et la dispersion sélective de cette collection majeure.

David Tomas

Traduction : Marie-Josée Arcand et Frédéric Dupuy

L'exposition, *Proposé aux enchères*, a été présentée au Centre de d'information Artexte, du 7 septembre au 26 octobre 2013 (Volet 1) et du 31 octobre 2013 au 14 janvier 2014 (Volet 2)

# ARTEXTE

2, rue Ste-Catherine Est, local 301  
Montréal (Québec) H2X 1K4

T : 514.874.0049

[www.artexte.ca](http://www.artexte.ca)

[info@artexte.ca](mailto:info@artexte.ca)